




**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)

СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В 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) «Сервис-дизайн и управление продуктом в 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 15.06.2017 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

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

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

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
канд.геогр.наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

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



Директор
ООО «Спутник», Москва

А.В. Горбачевская

(подпись)

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

Д-р экон. наук, проф.,

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



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	11
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	28
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	39
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	39
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	39
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	40
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	42
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	42
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	117
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	117
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	137
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	137
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	154

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными

вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию	
Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом	Понятия «моделирование покупательского опыта», «сервис-дизайн», «управление продуктом». Функции сервис-дизайна. Сервисный дизайнер и как это связано с UX/UI. Бизнес-процессы. Методики, которые помогают понять и наладить бизнес-процессы. Роли сервисного дизайнера и работе с возникающими ограничениями.
Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью	Исследование клиентского опыта. Погружение в опыт пользователя. Карта стейкхолдеров. Методы исследования. Качественные методы исследования. Этнография. Этап Эмпатии – Глубинное интервью. Подготовка и проведение. Глубинное интервью: пять почему. Глубинное интервью, как их проводить; проблемные интервью; решенческие интервью; экспертные интервью. Отраслевые специалисты.

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными	
Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом	Метрика, сервис-дизайна: NPS (Net Promoter Score). Индекс потребительской лояльности, CSI (Customer Satisfaction Index). Уровень удовлетворенности клиентов, CES (Customer Effort Score). Оценка потребительских усилий, которая показывает, eNPS (Employee Net Promoter Score). Уровень лояльности персонала. Отслеживания поведения пользователей, оценка их удовлетворённость от услуги или продукта. Расставление в CJM метрики входа, обратной связи, удержания и развития.
Тема 2.2. Планирование исследования. Создание востребованного продукта в своей нише	Разработка новых сервисов и подходов. Изменение бизнес-модели. Новые фишки для клиентов. Дизайн, тексты и интерактивные элементы интерфейсов, как удерживать внимание. Привычки пользователей, влияние на их поведение. Этикой сервисного проектировщика. Руководство пользователя при покупке или клике. Теория Jobs To Be Done.
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта	
Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения	Необходимые действия, чтобы клиенты хотели пользоваться сервисом. Базовый вовлекающий сценарий. Механики вовлечения аудитории и то, как её измерять. Принципе МАУА, который помогает продавать новые продукты и привлекательно «упаковывать» старые. Поиск уникальной ценности продукта и способы донести её до аудитории.
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента	Работа с CJM (Customer Journey Map, карта пути клиента): В каких точках аудитория соприкасается с продуктом. Как взаимодействуют с вашей компанией разные сегменты аудитории. Этапы который проходит пользователь перед покупкой и какие цели он преследует. Насколько удобно переходить с этапа на этап при взаимодействии с вашим продуктом. Какие эмоции испытывает клиент на пути к своим целям. С какими барьерами сталкиваются покупатели. Построение карты пути клиента: Сбор информации о клиенте, Перечисление точек и каналов взаимодействия. Определение барьеров и их устранение. Слои пользовательского Ошибки при составлении CJM привычек и wow-решений. Типы цифровых интерфейсов на реальных кейсах рынка, влияет их на доверие и эмоции пользователей.
Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн	
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам	Баланс интересов пользователя и бизнеса. Работа с противоречиями, построение логики проекта. Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников. Карты пути сотрудников. Кейсы и корпоративные сервисы
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес	Описание, обзор, взгляд на проекта с позиции сервис-дизайнер, точки роста, точки улучшения их можно улучшить. Приём Reframing Method, в общении с клиентом.

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 элемент 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 четко 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 (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. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Вопросы для самоподготовки:

1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.
2. Значимость для компании эффективной товарной политики.
3. Система и уровни управления товаром.
4. Модель товара как общая композиция коммерческих характеристик товара.
5. Сущность понятий конкуренция и конкурентоспособность.

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

Вопросы для самоподготовки:

1. Технологии репозиционирования товаров.
2. Кастомизация товаров.
3. Ревитализация товаров.
4. Факторы и критерии конкурентоспособности товаров.
5. Методология и методы оценки конкурентоспособности товаров.
6. Понятие и фазы ЖЦТ.

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

Вопросы для самоподготовки:

1. Модель трехуровневого исполнения.
2. Многоуровневые модели товара.
3. Моделирование мультиатрибутивного товара.
4. Основные идеи латерального маркетинга. Порядок разработки латеральных продуктов.
5. Основные идеи эмпирического маркетинга и порядок разработки эмпирического продукта.
6. Создание потребительской ценности путем моделирования виртуального рынка.
7. Блочные модели исполнения коммерческих характеристик товара: 4 ?P?, 7 ?P?, 4 ?A?, 4 ?C?, 4 ?i?.

Тема 2.2. Создание востребованного продукта в своей нише

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?в2в?.
2. Классификационные критерии и типология товаров на рынке ?b2c?.
3. Классификационные критерии и типология услуг.
4. Классификация взаимосвязей товаров в ассортименте.

Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Вопросы для самоподготовки:

1. Цели и стратегии маркетинга на разных фазах ЖЦТ.
2. Ограничения модели ЖЦТ.

3. Понятие и цели позиционирования товаров на рынке.
4. Подходы и порядок разработки стратегии позиционирования.
5. Конкурентное репозиционирование. Схемы разрушения ?торгового дрессинга?.
6. Разработка сообщения о позиционировании.
7. Понятие, цели построения и виды карт восприятия.
8. Построение карты восприятия и ее интерпретация (оценка позиционирования торговых марок по картам восприятия).
9. Понятие, функции и причины распространения марочных товаров.

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

Вопросы для самоподготовки:

1. Марочные стратегии производителя.
2. Понятие элиминация товаров и причины ее осуществления.
3. Матрица соответствия стратегическим целям Мак Кинзи. Модифицированная матрица Мак Кинзи / GE.
4. Матрица БКГ. Модифицированная матрица БКГ.
5. Анализ прибыльности продуктового портфеля.
6. Анализ стабильности продуктового портфеля.
7. Анализ сезонности продаж.

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Вопросы для самоподготовки:

1. Маркетинговые подходы к понятию новый товар.
2. Классификация новых товаров.
3. Этапы процесса разработки нового товара.
4. Методы генерирования и отбора идей нового товара.
5. Риски при разработке новых продуктов и стратегии их снижения.
6. Вариация и дифференциация товара как способ его модификации.

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация марок товаров.
2. Основные компоненты марки товара.
3. Понятие бренда. Основные параметры архитектуры бренда.
4. Аудит бренда. Стоимость бренда.
5. Границы контроля производителя за маркетингом марочных продуктов.
6. Решения об идентификации марок.

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

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

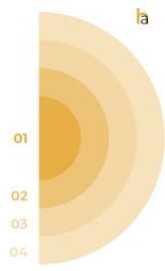
Иллюстрации:

Карта стейкхолдеров

Кто такой стейкхолдер?

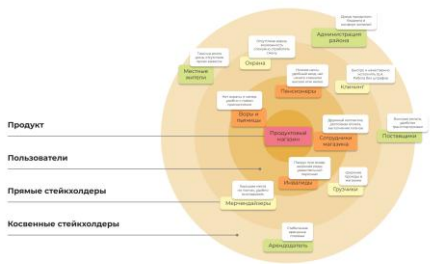
Стейкхолдер — все, что прямо и косвенно взаимодействует с вашим продуктом или услугой.

- 01 Продукт**
то, что продает или продает, как компания или компания, которая предоставляет услугу
- 02 Пользователи**
люди, кто организует, использует или предоставляет услуги, предоставляемые вашей группой
- 03 Прямые стейкхолдеры**
люди, кто организует, использует или предоставляет услуги, предоставляемые вашей группой
- 04 Косвенные стейкхолдеры**
люди, кто организует, использует или предоставляет услуги, предоставляемые вашей группой



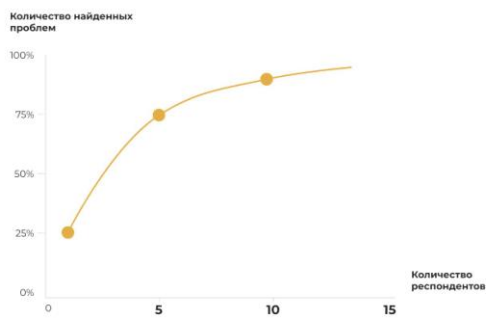
Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдера

Карта стейкхолдеров магазина



Исследование клиентского опыта. Интерес в формате гипотезы

Сколько нужно респондентов?



Исследование клиентского опыта. Количество респондентов

Методы исследований



Исследование клиентского опыта. Методы качественного исследования

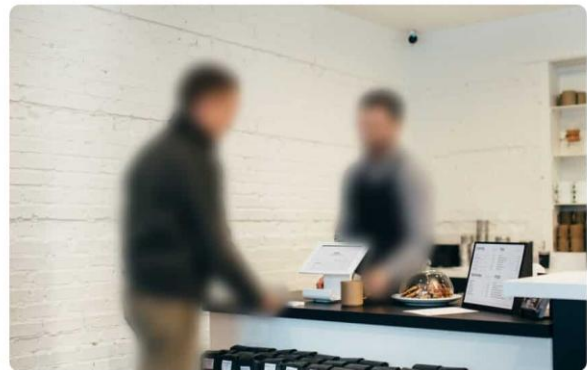


Исследование клиентского опыта. Различия представлений

Роли на этнографии



«Тень»



«Наблюдатель»

А как ты думаешь почему?

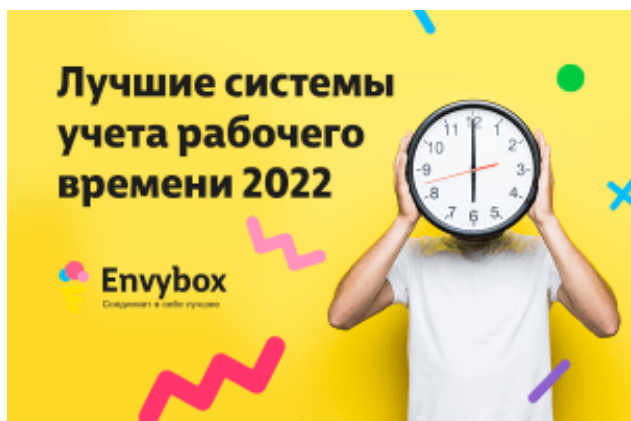


Источник:
<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом
Иллюстрации:



Системы учета рабочего времени



Комментарий эксперта
«Мы обязаны делать клиентов довольными любимыми доступными способами!»
Алексей Молчанов, основатель международной IT-компании Envybox

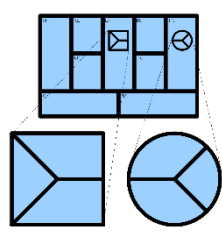
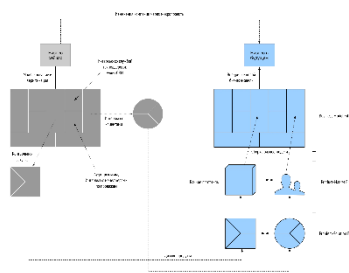


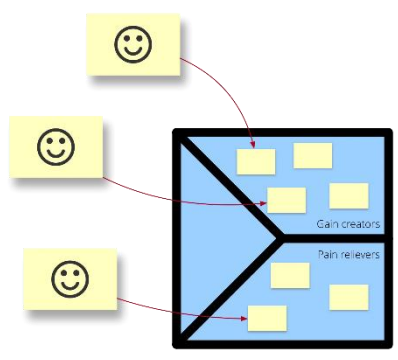
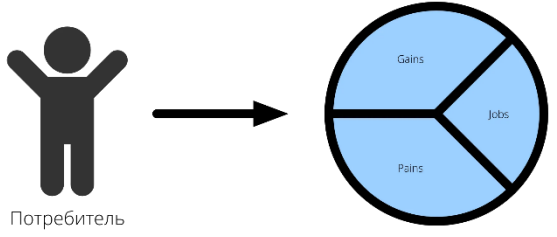
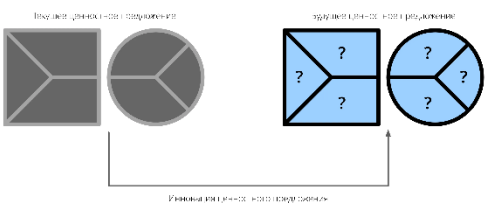
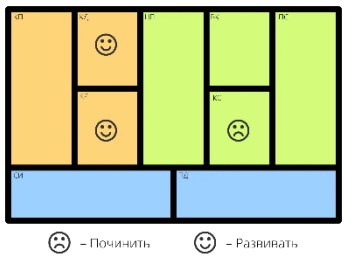
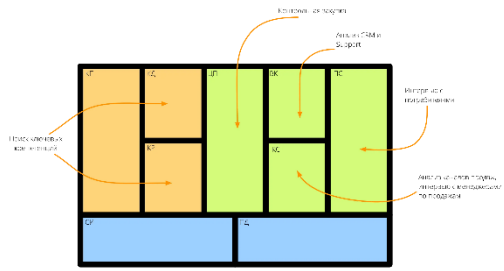
Тип вопроса	Примеры	Плюсы	Минусы
Открытый	Что для вас в товаре важнее всего? Как вы намерены пользоваться продуктом?	Дают возможность клиенту выговориться Предоставляют большой объем информации	Затратные по времени Способны насторожить и отпугнуть покупателя
Закрытый	Вы сторонник классического стиля? Вам интересно наше предложение?	Клиент не испытывает дискомфорта от вопросов	Беседа больше походит на допрос Мало информативны
Альтернативный	Вы предпочитаете брюки-скинни или классику? Вы ищете покупку себе или в подарок?	По сравнению с закрытыми более информативны и в то же время не так навязчивы, как открытые	не способствуют выявлению сопряженных потребностей
Риторический	Это ведь важно, как сидит костюм? Вам бы хотелось купить товар со скидкой?	Помогают создать дружеские отношения	Занимают много времени

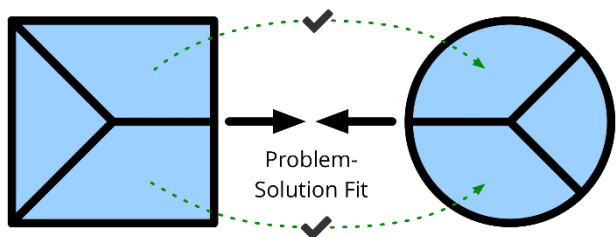
Источник: <https://envybox.io/blog/potrebnosti-klientov/>

Тема 2.2. Создание востребованного продукта в своей нише

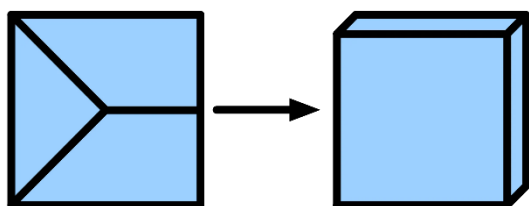
Иллюстрации:



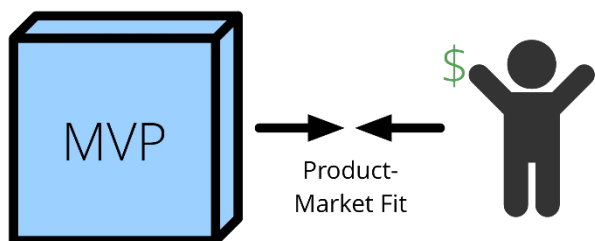




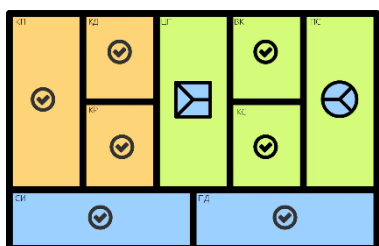
Problem-Solution Fit



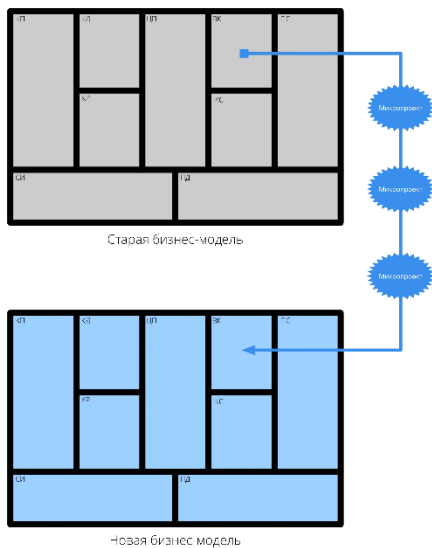
Прототипирование ценностного предложения



Product-Market Fit



Согласованная бизнес-модель



Микропроекты

Источник: <https://medium.com/cxbureau/product-guide-7207a8420842>

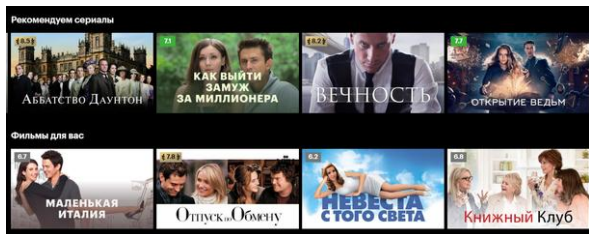
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

Иллюстрации:



Изображение: coca-colacompany



Система выдаёт то, что, по её мнению, понравится пользователю, ориентируясь на похожие фильмы или жанры



Web-версия письма

Время пополнить запасы

Здравствуйте, Елена.
Мы заметили, что запасы некоторых товаров заканчиваются. Не откладывайте покупки на потом — сейчас самое подходящее время!

Пополните запасы



-24%

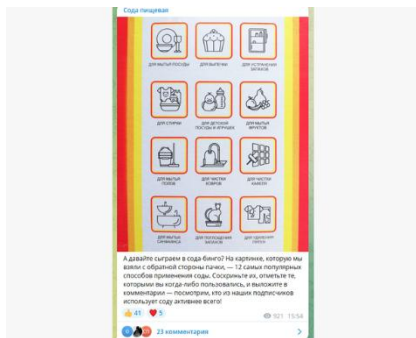
259 P 345 P

Кофе молотый Paulig Mokka, для заваривания ...

Купить



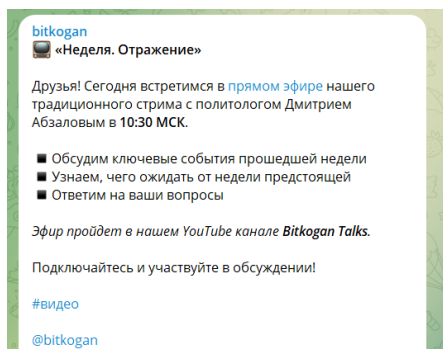
Изображение: twitter. Автор: Янг Бакс



Пример маркетинговой активности от пышечной из Санкт-Петербурга.

Изображение: instagram. Автор: rushechnaya1958

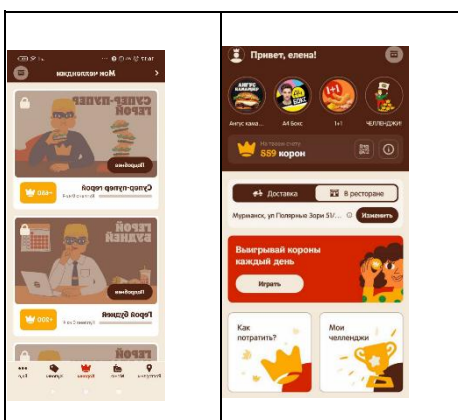
того, они с большей охотой придут на следующий эфир.



Эксперт по финансовым рынкам Евгений Коган каждую неделю проводит прямые эфиры с обратной связью. Изображение: telegram

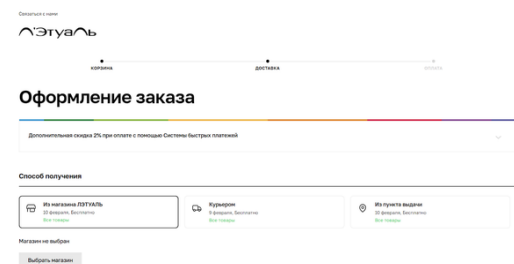
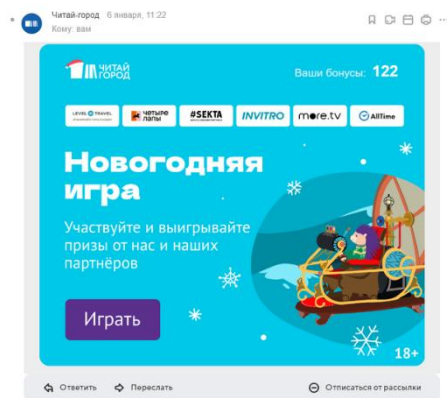


Изображение: telegram

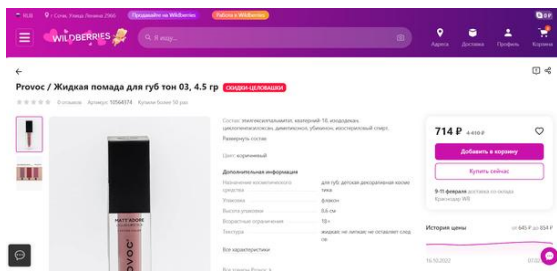


В «Бургер Кинг» игровая механика включает несколько этапов активности — короны за покупку, игры и челленджи

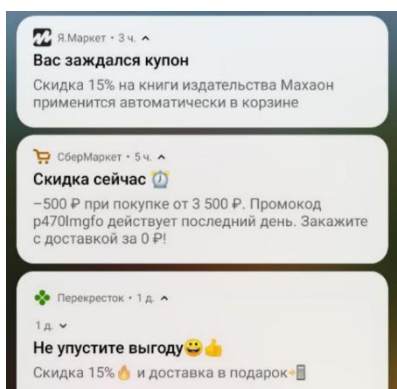
«Читай-город» предлагал клиентам новогоднюю игру со скидками от партнёров и призами в виде баллов.

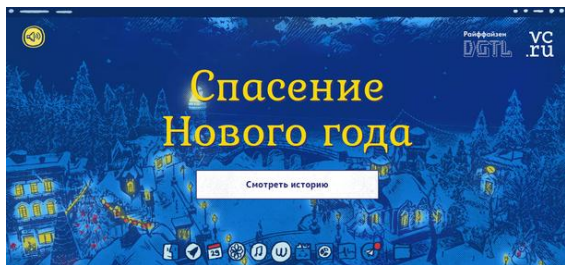


Тот же самый товар на Wildberries можно купить в два клика: нажать кнопку «Купить сейчас», а затем «Заказать».

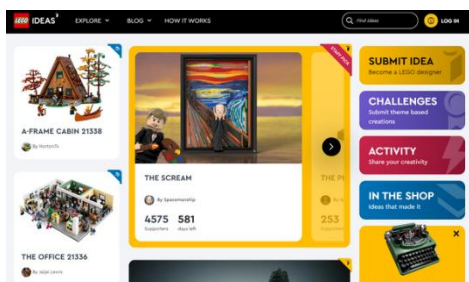


Сделать заказ на Wildberries проще. Лёгкость и простота процесса покупки повышают не только вовлечённость клиентов, но также их лояльность и количество импульсных покупок.





В конкурсе оценивали не только навыки программирования, но и способность творчески подходить к решению задач

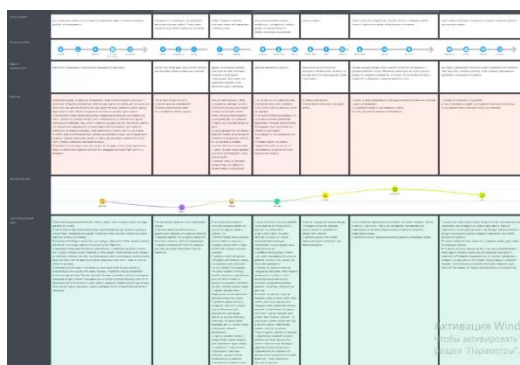


$$ER = \frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки, шеры, комментарии, сохранения)}}{\text{количество подписчиков на дату подсчёта}} \times 100\%$$

Источник: <https://lpgenerator.ru/blog/что-такое-vovlechenie-v-brend/?ysclid=lhcg60q45h75593012>

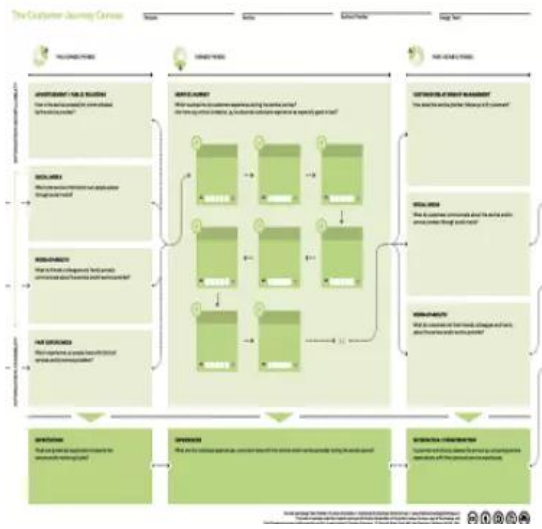
Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

Иллюстрации:



<https://uxpressia.com/export/p/vIUg0/m/6ZbFG.png?theme=default&isExport=true&isBranding=false>

Canvanizer:



Google таблица:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bNloU4Ac1b8kI2MN1vs8xHOWHeRiE1dXkQ36COSN-WA/edit#gid=0>

Сторона	Функциональные характеристики	Сценарии использования	Цели	Каналы взаимодействия	Эмоциональные аспекты	Средства коммуникации	Детали, которые делают опыт особенным	Критерии успеха
Цель	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности
Цели маркетинга	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности
Цели продаж	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности
Цели обслуживания клиентов	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности
Цели лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности	Цели маркетинга, цели продаж, цели обслуживания клиентов, цели в области лояльности

Источник: <https://vc.ru/marketing/96029-instrukciya-po-sostavleniyu-customer-journey-map-cjm?ysclid=lhcgdqrfrh362928903>

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн
Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам
Иллюстрации:



Факторы вовлеченности и мотивации сотрудников

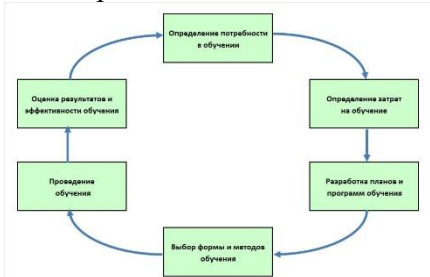


Схема процесса обучения персонала



Пример заключительного отчета операции «тайный покупатель»

Как понять, нужна ли мне CRM?

<p>CRM для вас, если</p> <p>У вас есть отдел продаж, и работа с клиентами основана на телефонных звонках, письмах и встречах. Историко общение нужно хранить в одном месте, чтобы постоянно привлекать новые лиды и выстраивать с ними долгосрочные отношения. Например, CRM-система с интегрированной телефонией идеально подходит для интернет-магазинов или оптовых компаний.</p>	<p>CRM не подойдет, если</p> <p>Вы владелец розничного магазина, и не заинтересованы в выстраивании долгосрочных отношений с клиентами, не звоните и не пишете письма, не отправляете sms-уведомлений. Или же, если вы работаете по долгосрочным контрактам, заключенным на личных знакомствах. Здесь не поможет ни одна программа, прибыль зависит исключительно от опыта менеджера.</p>
---	--



Это краткая ЕJM. Чтобы с первого взгляда было понятно, какие точки касания проседают, карточки можно разделить по цветам. Зеленый цвет — касание проходит без проблем. Желтый — нужны незначительные доработки. Красный — многие сотрудники говорят о проблемах, нужно срочно что-то менять

Цель сотрудника	Наем		
	Точки касания	Проблемы	Решения
Найти работу	Подача резюме		
Интервью		После технического интервью 30% кандидатов не выходят на связь, даже если успешно прошли этап	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменить структуру интервью: начать с описания задач на должности и вопросов по компетенциям, чтобы расположить кандидата. Ответственный — рекрутер Иванова О. 2. Уменьшить количество кейсов, которые нужно решить кандидату на техническом интервью, с 3 до 2. Ответственный за составление новых заданий — тимлид разработки Петров Н. 3. Приглашать на интервью только заказчика и одного представителя команды, чтобы не пугать кандидатов массовостью. Ответственный — рекрутер Иванова О.
Отказ/оффер		Лояльность кандидатов к компании снижается, если они не получают обратную связь в случае отказа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработать шаблоны писем неподшедшим кандидатам. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. и копирайтер Власова И. 2. Написать регламент для рекрутеров по обратной связи кандидатам. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. 3. Разослать регламент рекрутерам и провести общий созвон «вопрос-ответ» по новому процессу. Ответственный — руководитель HR-отдела Макова Д.
		Чаще всего кандидаты отказываются от оффера, если получают контроффер на текущем месте работы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Продумать дополнительные вопросы о причинах увольнения и требованиях к новой работе для первого интервью, чтобы заранее отстроиться от контроффера. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. 2. Продумать план коммуникации с кандидатами после отклонения оффера, чтобы выявить причины отказа. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю.

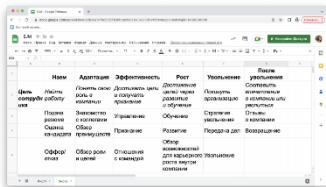
Так выглядит фрагмент подробной ЕJM. Помимо этапов пути сотрудника, целей и точек касания, прямо в карте описаны проблемы и способы их решения с указанием ответственных лиц

Проблема	Увеличилась текучесть персонала
Цель создания ЕJM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выявить ошибки компании, из-за которых сотрудники решают уволиться. 2. Повысить привлекательность бренда работодателя, чтобы удерживать сотрудников. 3. Улучшить стратегию увольнения. 4. Увеличить количество нейтральных и положительных отзывов о компании от уволившихся сотрудников. 5. Увеличить количество сотрудников, которые возвращаются в компанию.

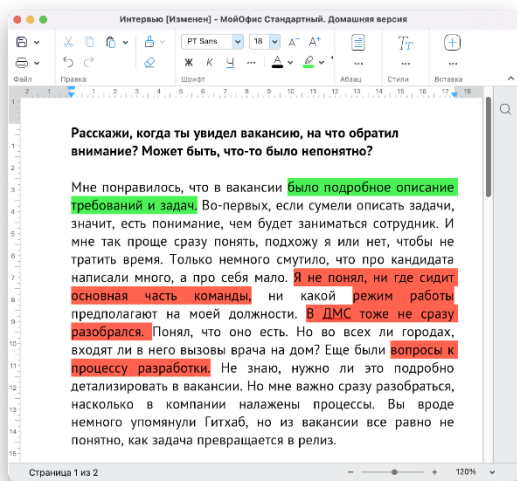
Если конкретной проблемы нет, то цель составления карты скорее исследовательская — найти узкие места в найме, онбординге, развитии и увольнении.

Цель создания ЕJM	Оценить, насколько эффективно проходит адаптация сотрудников
С кем нужно провести интервью	<p>Сотрудники, которые прямо сейчас проходят онбординг</p> <p>Сотрудники, которые уже прошли этап адаптации</p> <p>Сотрудники, которые уволились во время онбординга</p>
	<p>На интервью можно узнать впечатления новичков от онбординга: что полезно, а что нет, не слишком ли долго длится адаптация, чувствуют ли они, что им становится комфортнее в новом коллективе.</p> <p>Общение поможет оценить, какие этапы адаптации показались сотрудникам самыми полезными, а какие — ненужными.</p> <p>Интервью позволит понять, почему сотрудники увольняются на этапе адаптации и какие мероприятия добавить, чтобы этого избежать.</p>

Если стоит цель проанализировать весь путь взаимодействия сотрудника с компанией, нужно опросить четыре группы респондентов:



Набросок ЕJM удобно делать в экселе или гугл-таблицах. Лист уже поделен на строки и



Это отрывок из интервью с разработчиком, который недавно устроился на работу в компанию. Зеленым цветом выделены сильные места, а красным — проблемы



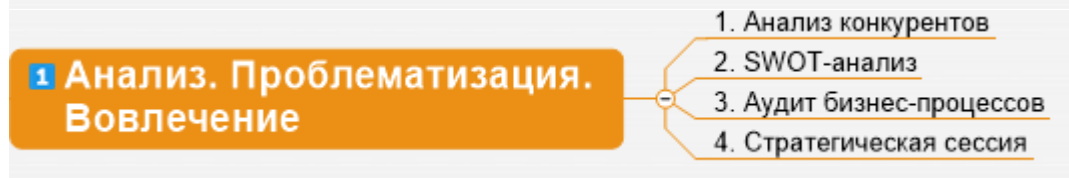
Такую EJM несложно сделать в Miro. Основа — шаблон visual table. Разные цвета стикеров означают наличие или отсутствие проблем в каждой точке касания. Иконка на стикере — статус по решению. Галочка — варианты решения проблемы найдены и согласованы. Лампочка — нужен мозговой штурм. Крестик — пока нет ресурсов решить проблему

Источник: <https://huntflow.ru/blog/ejm/?ysclid=lhch94bch7977158605>

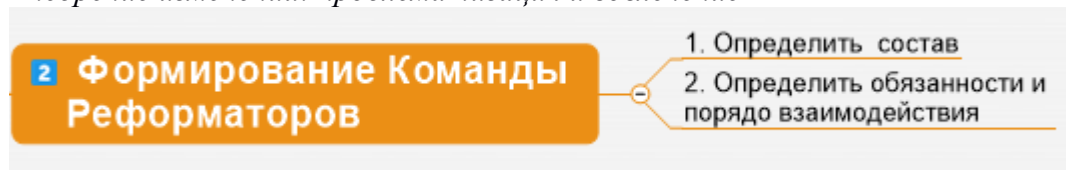
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Иллюстрации:

Последовательность этапов при внедрения любых изменений выглядит так:



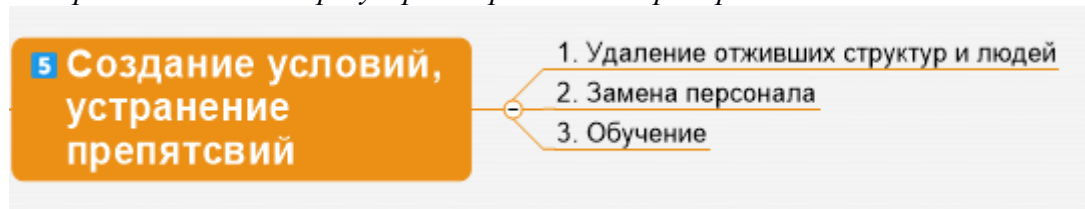
Внедрение изменений: проблематизация и вовлечение



Внедрение изменений: сформировать команду реформаторов



Внедрение изменений: регулярная пропаганда преобразований

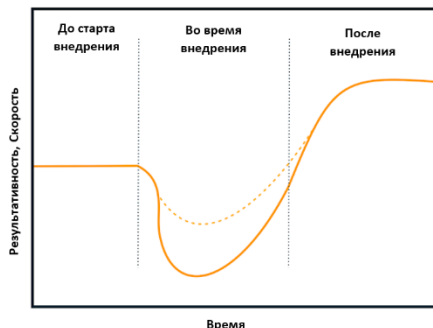


Внедрение изменений: создание условий, устранение препятствий

6 Достижение быстрых результатов

1. Запланировать краткосрочные результаты
2. Способствовать их достижению
3. Наградить сотрудников
4. Информировать о результатах всех сотрудников

Внедрение изменений: получение краткосрочных результатов



Внедрение изменений: кривая результативности

7 Анализ и корректировка

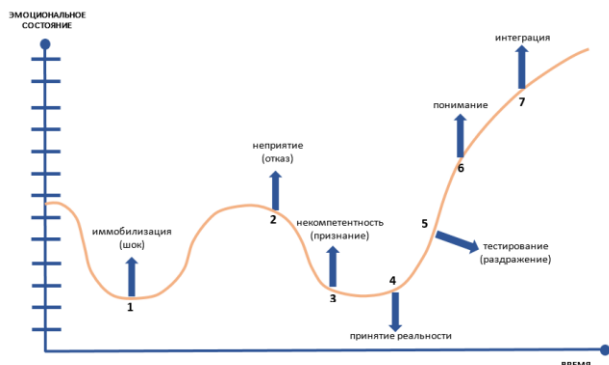
1. Анализ статистики
2. Внедрение корректировок

Внедрение изменений: анализ и корректировка

8 Закрепление и расширение

1. Масштабирование
2. Закрепление в корпоративной культуре

Внедрение изменений: закрепление и расширение



Внедрение изменений: кривая эмоционального состояния

Источник: <https://activesalesgroup.ru/vnedrenie-izmenenij/?ysclid=lhcglqqrzs773304544>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Сервис-дизайн и управление продуктом в индустрии 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 осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

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

2. Выделите главное, составьте план;

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

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

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

Методические материалы по самостоятельному решению задач

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

Методические материалы к выполнению реферата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Обсуждение не ограничивается заслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает

любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

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

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

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

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

3. Основные требования к введению:

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

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

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

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

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

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

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

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

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

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

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

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

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

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

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

Требования к выполнению эссе:

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

Критерии оценки эссе:

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

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

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

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

Методические материалы по выполнению тестирования.

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

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

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

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

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

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

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

- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. 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:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
------------------------------	--

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам

специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сервис-дизайн: что это за методология	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Сервис-дизайнер: что это за специалист	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Эффекты от сервис-дизайн	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Текст лекции.

Сервис-дизайн — не просто история про клиентоориентированность. Это методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с людьми. То, что заставляет человека покупать новые айфоны, возвращаться в магазин, писать благодарные посты в соцсетях, стремиться устроиться работать в компанию.

Что такое сервис-дизайн

В русском языке «дизайн» ассоциируется с визуализацией: дизайн интерьера, дизайн сайта, дизайн одежды. Но у слова «design» есть и другой перевод: создание, проектирование. Сервис-дизайн — это не визуальная составляющая продукта, а построение сервиса, ориентированного на потребности клиента. Это набор способов и инструментов, помогающих найти неудовлетворённые потребности человека в опыте его взаимодействия с компанией.

Решения в сервис-дизайне влияют одновременно на три направления: бизнес-модели, процессы в компании и клиентский опыт

Сервис-дизайн делает опыт видимым — выявляет его и наглядно показывает. С этой новой для компании информацией можно работать и менять подход в любой части бизнеса. Например, в маркетинге, операциях, логистике, юридическом отделе, бухгалтерии или во всех департаментах вместе.

На выходе мы видим разные решения. Это может быть полное перестроение системы, ребрендинг, изменение стандартов сервиса, а может быть пул маленьких решений.

В магазинах «Пятёрочка» висят лупы, чтобы помочь покупателям читать этикетки. Такая забота может стать одним из факторов повышения лояльности клиентов. bryansktoday.ru

Кто и как применяет сервис-дизайн

В фокусе сервис-дизайна находятся люди со своими привычками и потребностями. Это могут быть клиенты компании, сотрудники или одновременно клиенты и сотрудники.

Поэтому сервис-дизайн или его элементы могут использовать любые специалисты, чья работа нацелена на взаимодействие с людьми. Например, маркетологи, продакт-менеджеры, HR, комьюнити-менеджеры, руководители техподдержки.

В Европе и США сервис-дизайнер — отдельная профессия, но российские вузы пока не обучают этой специальности.

Сервис-дизайнер решает задачи бизнеса. Для этого он глубоко погружается в опыт сотрудников и клиентов, вникает во все мелочи процесса: проводит глубинные интервью, наблюдает за работой изнутри, «в полях». В сервис-дизайне есть инструменты, которые помогают собирать, обобщать и анализировать информацию. Например, портреты-описания основных действующих персонажей — «персон». Или прототипирование — пошаговое моделирование процесса взаимодействия «персоны» с реальностью.

Самый простой способ сделать прототипирование — использовать кубики LEGO. Из них можно построить что угодно.

Фото из блога университета Laurea University of Applied Science

Результаты исследований показывают, что хочет клиент, какие у него есть потребности и проблемы. Из исследований рождается концепция сервиса, а из концепции — гипотезы и решения.

Как лидеры рынка используют сервис-дизайн

Сервис-дизайн помогает улучшить бизнес-показатели компании любой направленности и размера. Самые известные приверженцы сервис-дизайна — такие гиганты как Apple, Airbnb, P&G, Samsung, PepsiCo, Netflix, IBM, SAP. В России это «Сбербанк», «Банк Хоум Кредит», «Шоколадница», X5 Retail Group, «Билайн», «М.Видео».

Такие компании, как IBM, SAP, Bain и Accenture, используют этот подход при реализации любых своих проектов. Сервис-дизайн в этих компаниях — базовая компетенция сотрудников.

С ними занимаются тренеры по дизайн-мышлению: например, в IBM — пять тысяч тренеров, а в SAP — десять тысяч.

Сервис-дизайн создан не только для корпораций. Его инструменты помогают любой компании или государственной структуре, в которой есть взаимодействие с людьми и людей друг с другом.

В Гагаринском районе Москвы открыли «флагманский» Многофункциональный центр. В нём учтено желание клиентов комфортно проводить время в ожидании приёма: можно перекусить, занять детей, посидеть на мягком диване

Компании часто обращаются к сервис-дизайнерам, когда видят ухудшение показателей ARR, LTV, SAC, CMGR или снижение активных пользователей и увеличение оттока клиентов. Тогда менеджеры приходят с конкретным запросом — выявить и решить проблему.

Второй повод обратиться к сервис-дизайнерам — внести в бизнес-процессы что-то новое. Например, компания решила перейти на удалённую работу и хочет выстроить удобную систему с высокой продуктивностью сотрудников.

Третья причина — понимание, что дизайн-мышление помогает гибко реагировать на неожиданные изменения и смену трендов, что бы ни происходило снаружи и внутри компании.

Как компании зарабатывают больше с помощью сервис-дизайна

Сервис-дизайн меняет реальность для людей вокруг компании и внутри неё: клиенты удовлетворены, а сотрудники работают продуктивнее, снижается текучка кадров. Выявление истинных желаний и потребностей клиентов влияет на все аспекты бизнеса. Например, делает рекламу эффективнее — рекламный бюджет уменьшается, а конверсия увеличивается.

Эффект от сервис-дизайна видно в конкретных показателях:

Повышается качество поддержки пользователей и их удовлетворенность (NPS, CSI, CES);

Увеличивается конверсия в повторную покупку и LTV;

Снижается стоимость привлечения новых клиентов и удержания старых.

Как «Шоколадница» сделала ребрендинг и увеличила средний чек

В 2017 году сеть кофеен «Шоколадница» столкнулась с проблемой: большая часть их клиентов — люди, которые знали про сеть с начала нулевых. Молодёжь 20–35 лет не ассоциировала себя с «Шоколадницей» и предпочитала другие кофейни. Сеть задумала провести полный ребрендинг. К работе было подключено креативное агентство SmartHeart и специалисты по сервис-дизайну INEX Partners. Им предстояло разобраться, почему молодые люди не идут в «Шоколадницу» и как это можно исправить.

Глубинный воркшоп с топ-менеджерами «Шоколадницы». Задача — выбрать финальную гипотезу позиционирования и основные сервисные решения в плоскости сервис-дизайна. Фото из статьи «Мы заново создали бренд “Шоколадница” и сервисную модель для кофейни»

Топ-менеджеры «Шоколадницы» вместе с дизайнерами и сервис-дизайнерами ездили в Париж, город-прародитель кофеен: они хотели понять, как должна выглядеть настоящая кофейня, перенять её дух и воплотить всё это в своей сети. После поездки сервис-дизайнеры провели опросы и наблюдения, изучили паттерны поведения клиентов, которых хотелось привлечь: кто эти люди, куда чаще ходят и зачем, что предпочитают делать в кофейнях.

Для CJM нет единого шаблона визуализации. Главное — отобразить путь и мысли клиента на всех этапах взаимодействия с компанией. Посмотрите полную версию по ссылке

Сервис-дизайнеры создали концепцию ребрендинга «Шоколадницы»: коллаж с наглядными предложениями по улучшению и разработали конкретные требования к пространству, внешнему виду и работе персонала. В результате в «Шоколаднице» изменились позиционирование, фирменный стиль и интерьер. Обновились посуда, одежда официантов, пространство внутри кофейни, меню, стиль коммуникации с клиентами. Заработало мобильное приложение для официантов.

Благодаря сервис-дизайнерам в «Шоколаднице» появились разные зоны: для тех, кто пришёл в одиночестве или в компании, работать или отдыхать, хочет уединиться или готов к общению. Фото из портфолио SmartHeart

В процессе исследования сервис-дизайнеры увидели, что вечером люди неохотно приходят в кофейню. Оказалось, что многие посетители выбирают другие заведения для ужина, потому что хотят почувствовать более интимную, расслабляющую атмосферу: выпить бокал вина, сидеть при приглушённом свете.

«Шоколадница», не дожидаясь ребрендинга, добавила в меню «Ужины» бокал вина на розлив. За две недели это решение окупало инвестиции в ребрендинг и показало хорошие результаты:

Посещаемость по вечерам +20%;

Средний чек +30%;

Показатель like-for-like оборота +15%.

Какие задачи придётся решать бизнесу и сервис-дизайнерам после пандемии коронавируса

Пандемия коронавируса привнесла изменения в работу всех компаний в России. Следуя принципам дизайн-мышления, мы собрали несколько вероятных сценариев развития бизнеса, основанных на поведенческих паттернах людей.

Людям понравится держать «социальную дистанцию».

Бесконтактное взаимодействие с курьером станет нормой.

Объём покупок через интернет продолжит расти.

Доля удалённой работы станет больше.

Продолжится развитие телемедицины и дистанционного образования.

Когда какой-то из этих сценариев сработает и закрепится, перед многими компаниями возникнут вопросы. Например:

Как лучше перестроить пространство магазина и процесс оплаты, чтобы не скапливались очереди?

Как сэкономить на офисе и выстроить работу сотрудников на удаленке наиболее эффективно?

Как увеличить количество курьеров и при этом поддерживать сервис на высоком уровне?

Бизнес, который может быстро перестроиться в новых условиях, получает фору перед конкурентами.

Специальные столики для соблюдения социальной дистанции дают возможность посетителям пляжного бара перемещаться с напитками и безопасно общаться друг с другом. Бар в штате Мэриленд, США

Пять главных выводов о сервис-дизайне

Сервис-дизайн — это про процессы и построение сервиса, а не про визуальное оформление. Эта методология основана на дизайн-мышлении — фокусировке на потребностях и проблемах человека.

Сервис-дизайн улучшает взаимодействие бизнеса с людьми — клиентами и сотрудниками компании.

Элементы сервис-дизайна пригодятся в работе всем специалистам, взаимодействующим с людьми: маркетологам, продакт-менеджерам, HR, руководителям техподдержки.

Эффект от сервис-дизайна выражается в улучшении метрик и финансовых показателей. Например, NPS, CSI, CES, конверсии в повторную покупку и LTV.

Сервис-дизайнера не могут заменить машины — он выявляет то, что не фиксируется стандартными данными. Возможно, это новая для России профессия, которую есть смысл освоить

Источник: <https://vc.ru/marketing/131447-servis-dizayn-cto-eto-za-metodologiya-i-pochemu-ee-polyubili-v-apple-netflix-shokoladnice-i-x5?ysclid=lhcdfgecc183874836>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Товар как экономическая и маркетинговая категория.
2. Маркетинговая классификация товаров и ее цели.

3. Классификация товаров потребительского назначения.
4. Классификация товаров производственно-технического назначения.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Погружение в опыт пользователя	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Исследование клиентского опыта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

Текст лекции.

Погружение в опыт пользователя

Исследование клиентского опыта в рамках [дизайн мышления — это что-то живое](#). Это человеко центричные технологии. [Всё, что мы создаем в рамках процесса дизайн мышления, пользуются люди](#). По сути, мы учитываем интересы каждого стейкхолдера в процессе дизайн мышления.

[У дизайна мышления есть свой процесс](#). Он чаще всего рождается сам. Главное держать в голове, что есть люди, которые будут получать [продукты, услуги и т.д., созданные нами](#).

Это можно представить следующим способом. У нас, например, есть следующие подходы: Решение проблем (Problem Solving) и Дизайн мышление.

И если нам нужно спроектировать мост, то по Problem Solving мы будем тратить большую часть времени на проектирование моста. А если мы идем по процессу дизайн мышления, то большую часть времени мы тратим на погружение в опыт людей, которые будут ходить по мосту. В случае технологии Дизайн мышления нам важно понять какие потребности есть у людей. Часто в дизайн мышлении большую часть времени занимает поиск проблемы и ее решение. Нам важно понять контексты людей и задачи которые они решают в этих контекстах. Помогая решить задачу, мы помогаем не конкретному человеку, а большому количеству людей, которые сталкиваются с подобными задачами. Мы проектируем продукт на основании опыта, с которым столкнется человек и для него проектируется решение. Не для самого человека! А чаще всего для тех ситуаций, с которыми столкнется человек!

При входе в процесс дизайн мышления нужно понимание: зачем мы заходим в этот процесс и какую задачу мы хотим решить. У нас есть бизнес-задача и набор гипотез.

Как правило, дизайн мышление стартует с этапа «эмпатия» или по-другому – это погружение в опыт других людей. Иногда еще эмпатию называют – бизнес эмпатия. Это намерение преодолеть осознаваемый разрыв между нашим опытом и опытом другого человека. Нам важно не узнать, что клиентам нужно, а в каком контексте они выполняют свои действия. Если мы обнаружили какую-либо проблему — это просто звонок, что нужно задуматься об изменениях. Да, потенциально здесь может быть проблема, но это нужно обязательно пойти и проверить с пользователем. Наш собственный опыт может быть гипотезой при исследовании клиентского опыта.

Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдеров

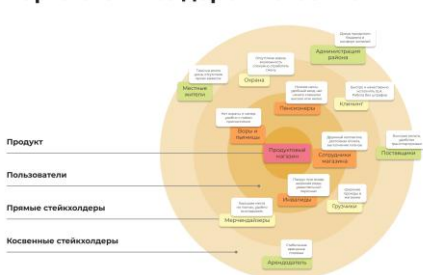
По сути, именно с карты стейкхолдеров, как инструмента начинается погружение в опыт пользователя. Ее можно не прописывать, но важно составить ее хотя бы в голове.



Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдера

В центр карты мы ставим продукт, сервис, услугу и т. д. В центр попадает именно то, что бы Вы хотели рассмотреть и проанализировать. Следующий круг – это пользователи того, что мы поставили в центр. Кто получает выгоду от пользования или, кто использует предмет исследования в своей жизни? В третий круг попадают те, кто непосредственно влияет на опыт пользователей или прямые стейкхолдеры. Четвертый круг – это косвенные стейкхолдеры. Как правило все стейкхолдеры связаны друг с другом.

Карта стейкхолдеров магазина



Исследование клиентского опыта. Интерес в формате гипотезы

Нет цели выявить всех стейкхолдеров или описать их всех. Карту стейкхолдеров можно сделать один раз (например, в начале проекта), а затем дополнять ее при появлении новой

информации. Нам важно не просто сделать карту стейкхолдеров, но нам важно узнать об их интересах, которые мы можем прописать. Их можно прописать и в формате гипотезы, а в процессе исследования дописывать или доуточнять. Это полезно, так как к карте можно возвращаться с любого этапа (например, с генерации идей) и проводить сверку ваших результатов с предыдущими гипотезами.

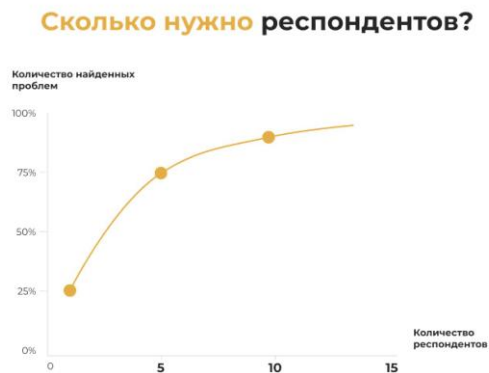
Карта стейкхолдеров может быть полезна для уточнения понимания бизнес-задачи, которую мы решаем. С другой стороны, она помогает выбрать тех стейкхолдеров, с которыми мы обязательно должны провести интервью, так как их опыт для нас очень важен. Это инструмент, который живет своей жизнью в рамках проекта.

Исследование клиентского опыта. Методы исследования

Здесь мы начинаем выбирать какой метод в какой ситуации и в какой последовательности мы будем применять. И здесь нам хочется поделиться такой фразой: «Пока команда не общается с клиентами, она коллективно галлюцинирует об их потребностях».

Сколько нужно респондентов?

Обычно применяемое требование: пять человек на сегмент. Это дает возможность найти 75% проблем. Сегменты можно разделить на субсегменты. И в каждом из них мы проводим пять интервью. Можно провести и больше. Но каждое последующее интервью будет приносить все меньшую ценность.



Исследование клиентского опыта. Количество респондентов

По сути количество интервью зависит от Вашего принятия рисков. Правда мы можем провести одно интервью, которое нас может вдохновить и ответить на все наши вопросы. Это возможно, если мы приняли риски на себя и абсолютно уверены, что большее количество интервью нам не нужно.

Если мы проводим более пяти интервью, то каждое последующее приносит все меньше и меньше информации. Каждому сегменту можно ставить приоритетность (например: высокий, средний, низкий). С высоким можно провести например пять интервью, со средним три интервью, низкий одно интервью. Приоритет может повышаться и может понижаться. Это зависит от информации, которую мы получили при проведении интервью. В качественных интервью нет статистической значимости. Люди могут быть разные, но проблемы одинаковые. После проведенных интервью можно провести тестирование. И это позволяет еще уменьшить выборку и добрать необходимую информацию. При получении нового прототипа желательно в интервью обращаться как к старой гипотезе, так и к новой.

Где искать респондентов? Пожалуй, самый эффективный способ – это метод «снежного кома»: поиск респондентов через свои социальные связи. Так как наши исследования являются качественными — это вполне допустимо. Для нас важно найти человека, у которого есть свой опыт. Он каким-то образом решает или закрывает свои задачи.

Методы исследований



Исследование клиентского опыта. Методы качественного исследования

Качественные методы ничего не доказывают, а количественные методы ничего не объясняют. Это говорит о том, что если мы пользуемся только качественным методом, то мы ничего не можем обосновать. Когда мы пользуемся количественными методами: мы понимаем, что произошло, но не понимаем почему это произошло. Поэтому, как правило, эти два вида исследований дают полную картину происходящего. Качественные исследования отвечают на вопросы: Почему? Как? Количественные: Сколько? Как часто?

Другая классификация методов отражает как люди себя ведут в той или иной ситуации. Есть методы, которые позволяют понять, что люди думают. В нашей статье ниже мы рассмотрим качественные методы исследования.

Исследование клиентского опыта. Качественные методы исследования

Мокасины

Это методология, когда мы встаем на место нашего пользователя. Мы проходим по его пути. В рамках такого исследования мы находим проблемы и составляем гипотезы для дальнейшей проверки у пользователя. Важно, что во время такого исследования мы не сможем понять контекст, в котором пользователь решает свои проблемы.



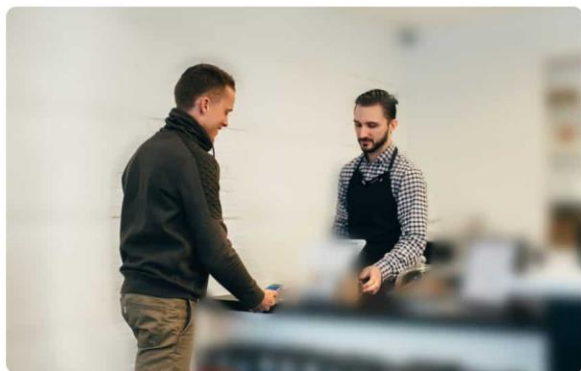
Исследование клиентского опыта. Различие представлений

Данный метод позволяет сформировать понимание об объекте исследования, особенно если продукт или услуга новые для исследователя.

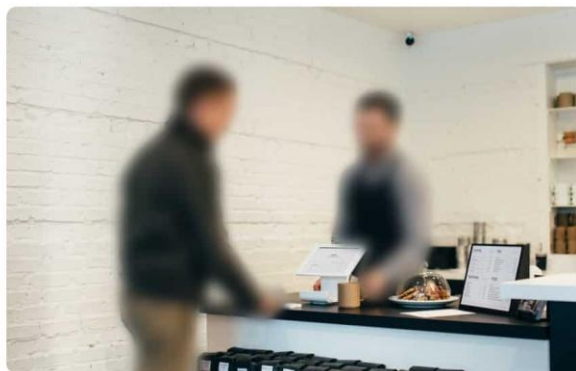
Исследование клиентского опыта. Этнография

В данном виде исследования мы используем клиента, который выполняет нашу задачу, связанную с объектом исследования. И наблюдаем за тем, как он с этой задачей справляется. Как он ведет себя и что он делает при использовании продукта или услуги. В данном исследовании можно сочетать интервью об отношении, например, к продукту, а затем мы можем наблюдать как пользователь контактирует с этим продуктом. Информация, полученная при интервью и при наблюдении могут не совпадать. Это происходит потому, что человек может совершать действия, которые он просто не замечает, но они могут быть важными. Поэтому мы мало узнаем почему человек поступил именно так, но мы увидим, как это происходит. При интервью как раз и происходит формирование общей полной картины того, что происходит.

Роли на этнографии



«Тень»



«Наблюдатель»

Роли в исследовании этнография

Во время проведения этнографии есть две роли исследователя:

«Тень». В данном случае фокус на самого человека

«Наблюдатель». В данной роли — это внимание на контекст, на то, что происходит вокруг пользователя.

Поэтому желательно проводить такое исследования двоим. При таком исследовании один исследователь выполняет роль тени, а другой — наблюдателя.

Исследование клиентского опыта. Глубинное интервью

Важный момент. Глубинные интервью – это не опросы. Глубинные интервью относятся к качественным методам исследования, а опросы относятся к количественным методам. Это структурированное интервью, посвященное глубокому погружению в опыт пользователя. Нет смысла спрашивать людей, что они хотят. Это ничего не даст. Нам нужно понять какую проблему человек хочет решить. Поэтому вопрос почему тебе нужно такое решение, выводит нас на понимания проблемы, которую хочет решить пользователь. Интервью – это сбор не требований, а получение информации о контексте наших пользователей. Зачем им это нужно, что они с этим делают. Какую задачу они пытаются решить. Часто правильно проведенное глубинное интервью напоминает беседу двух хороших знакомых.

Когда мы приглашаем пользователя на интервью мы проходим несколько уровней:

Видение. Мы рассказываем какую проблему мы пытаемся решить.

Формирование. Мы формируем ожидания от встречи, чтобы человек понимал на каком этапе мы сейчас находимся в наших исследованиях и что мы хотим получить от встречи.

Слабости. Собеседник должен понять проблему, с которой Вы столкнулись и вопросы, на которые Вы ищите ответы.

Значимость. Человек должен понимать, что он значим при этой встрече и какую помощь он может Вам оказать, какой опыт пользователя нам интересен.

Просьба. Мы просим человека о помощи при решении проблемы.

Нужно ли оплачивать интервью? По-разному – это зависит от ситуации.

Три важных момента в глубинном интервью:

Говорите с респондентами об их контексте, а не о Ваших идеях. Узнайте, как сейчас человек решает свои проблемы. Во время интервью можно размышлять о том, может ли Ваш новый продукт (услуга) решить проблему пользователя.

Говорите с респондентом о конкретных вещах, которые происходили в прошлом. Мы говорим о его прошлом опыте и никогда не говорим про будущее.

Меньше говорите и больше слушайте.

Во время интервью мы направляем мысли респондента и помогаем их развить. Поэтому мы задаем уточняющие вопросы, которые помогают глубоко погрузиться в опыт пользователя для решения своей проблемы.

Во время интервью нужно «вытаскивать» истории. И поэтому наша задача во время интервью помочь человеку рассказать истории. И затем получить из этой истории всю необходимую информацию. Мы, как модераторы встречи, вместе с пользователем внимательно изучаем его рассказ, постоянно задавая уточняющие вопросы.

Как правило история состоит из:

Действий. Что сделал.

Мотивации. Почему сделал.

Контекста. Внутри какого контекста происходило событие.

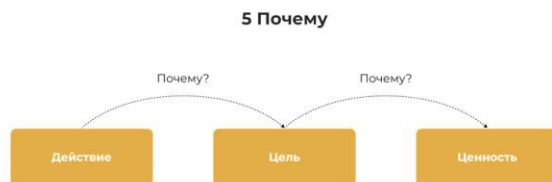
Во время встречи задаем открытые вопросы:

Расскажите – контекст.

Как — про действие.

Почему – мотивация.

А как ты думаешь почему?



Исследование клиентского опыта. Пять Почему?

Во время проведения глубинного интервью есть методология «Пять почему». Это методология помогает нам последовательно понять:

Действия. Что делает пользователь.

Цель. Почему это делает пользователь.

Ценность. Почему (зачем) это делает пользователь.

Мы задаем вопросы и сами принимаем решение, когда нам остановится. Это может быть 2 -3 вопроса почему, которых будет вполне достаточно. При этом, мы как исследователь, выбираем на каком уровне мы хотим находиться и какую цель мы хотим достичь в нашем интервью. При этом на каждое почему мы можем нагенерить много разных идей.

Как вариант, мы можем задать вопрос: «А как ты думаешь почему это так?».

Во время интервью важно проявлять интерес и задавать вопросы, которые помогают узнать что-то новое, а не проверять свои суждения. Позиция «Всезнайки» — опасная позиция.

Встречу лучше записывать и не делать заметки. Так Вы будете постоянно переключаться, а это может создать трудности. Правда можно делать заметки по тому, что нужно спросить.

Если записи встречи не было, то интервью не было. Это важно!

В заключении хочется сказать о принципе, который использует дизайн мышление. Семь раз отрезать и семь раз померить. Это говорит о том, что не надо бояться ошибок. Нужно совершать эксперименты (действия) и двигаться в цели небольшими шагами. Получаем обратную связь и затем опять движемся.

Источник:
<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Классификация услуг.
2. Классификация взаимосвязей товаров.
3. Понятие коммерческих и некоммерческих характеристик товара.
4. Многоуровневая модель исполнения характеристик товара.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Потребности клиентов: выявление и правильная работа с ними	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Эффективные методы выявления потребности клиентов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Наиболее частые ошибки, допускаемые при оценке потребностей клиентов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

Текст лекции.

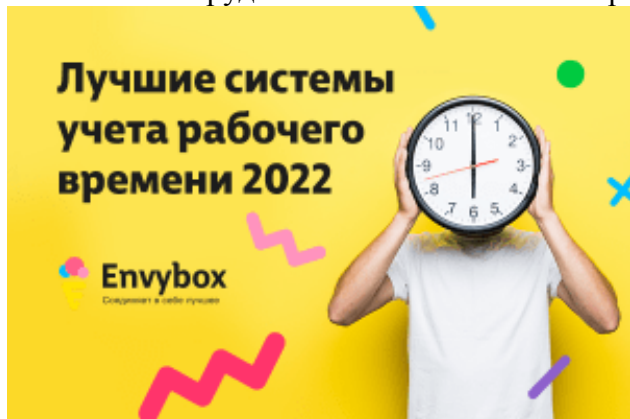
Потребности клиентов: выявление и правильная работа с ними

1626 0Поделиться:

Вопросы, рассмотренные в материале:

- Что такое потребности клиентов
- Почему так важна работа с потребностями клиентов
- В каких случаях необходимо выявление потребностей клиента
- Важные нюансы выявления потребностей клиента при продаже
- Как выявить потребность клиента: эффективные методы
- Какие вопросы задавать клиенту для выявления потребностей
- СПИН-вопросы для выявления потребностей клиентов
- Выяснение потребностей клиента: пошаговая инструкция
- Как квизы могут помочь при выявлении потребностей клиентов
- Возможности и потребности клиентов: чем «хочу» отличается от «могу»
- Наиболее частые ошибки, допускаемые при оценке потребностей клиентов

Главной ценностью любой динамично развивающейся организации, как известно, является клиент. Если у него есть проблема, значит, компания воспринимает ее как свою и стремится решить вместе с клиентом. Ведь от этого сегодня зависит прибыль в бизнесе. Схема вроде бы проста: узнай потребность (проблему) покупателя и предложи ему продукт, способный ее удовлетворить (решить) оптимальным способом, но это в теории, а на практике продавцам часто бывает трудно выявить эти самые потребности клиентов. Почему? Давайте разбираться.



[Системы учета рабочего времени](#)

[Лучшие системы учета рабочего времени 2022](#)

[Подробнее](#)

Что такое потребности клиентов



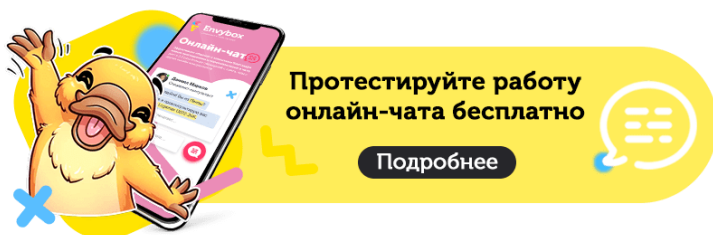
Несмотря на то, что потребности клиента выявляются на втором этапе продаж, озадачиться вопросом – в чем нуждается целевая аудитория – следует заранее. Но прежде необходимо уяснить само понятие потребности.

Под потребностью понимаются нужды, нашедшие воплощение в конкретных товарах и услугах. Значит, следует разобраться и с толкованием нужд. Их отличие от потребностей состоит во врожденности: нужды – это совокупность всего, без чего не обойтись человеку для нормальной жизнедеятельности.

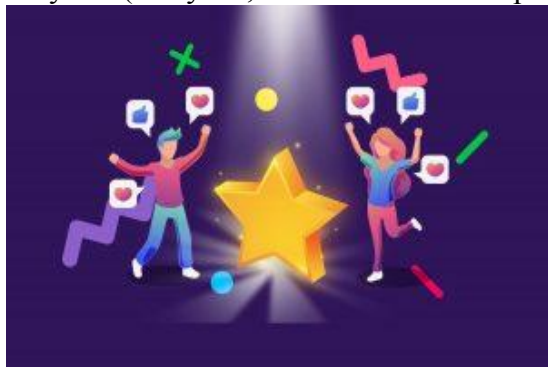
Нужды проявляются в потребностях, которые могут выражаться:

- в защищенности;
- в комфорте;
- в стабильности;
- в принадлежности к какой-либо социальной группе (категории);
- в новизне.

Помимо этого, различают потребности сопряженные (их удовлетворение влечет за собой появление новых) и не сопряженные. Примером сопряженной потребности может служить следующая ситуация: вы приобрели новые брюки, значит, к ним вам нужна рубашка. Консультант должен обнаружить первую и вторую (до ее возникновения) потребности и удовлетворить обе.



Как уже отмечалось, для организации продаж выявление потребностей – первостепенная задача. Однако о том, в чем испытывают нужду потенциальные клиенты, нужно задуматься еще на этапе планирования маркетинговой стратегии. Другими словами, маркетинг (с функцией выявления потребностей целевой аудитории) должен предварять производство или закупки (в случае, если ваша ниша – розничная торговля).



[Зачем бизнесу нужны отзывы](#)

[И как их получить с сервисом для продвижения в интернете Rookee](#)

[Подробнее](#)

В любом бизнесе (ваш не исключение) потребности конкретных клиентов должны быть поставлены во главу угла. Иначе продукт, который вы сделаете или закупите, так и останется лежать на складе или в магазине.

Целиком же процесс продажи состоит из 5 этапов:

- поиска и оценки покупателя;
- определения потребностей потребителя и установления с ним контакта;
- презентации продукта;
- устранения возражений и противоречий;
- заключения и сопровождения сделки.

Почему так важна работа с потребностями клиентов



Первые два этапа продажи прошли удачно? Значит, можете не сомневаться: клиент купит ваш продукт. Отметим, что поиск и оценку покупателя надо воспринимать как ответственный этап, предваряющий выявление потребности клиента. Пример, который мы рассмотрим далее, покажет, как важно правильное определение потребностей для успешного процесса продаж. Первое. Помните, что клиент ждет от вас решения своей проблемы. А с помощью одного и того же товара можно решать кардинально различающиеся задачи.

Пример. Хозяйке нужны шторы. Ее, как потенциального покупателя, консультант расспрашивает об обстановке комнаты, окна которой предстоит оформить занавесками, о ценовой категории и показывает приемлемые образцы. Но женщина уходит без штор. Что не так сделал продавец-консультант? Да просто он не определил проблему хозяйки, то есть не выяснил, какую выгоду клиент хочет получить от покупки. Шторы взяты в пример не случайно: в данной ситуации проще всего показать, что рядовой товар способен закрывать сразу несколько проблем. У занавесок могут быть разные функции – украшать помещение или защищать комнату от солнечных лучей. Консультант стремился помочь решить задачу с декором, а клиентке важно было обеспечить защиту от солнца. Из-за этой ошибки сделка не состоялась.



[5 шагов составления идеального квиза](#)

[С которыми вы повысите конверсию сайта в 4,8 раз](#)

[Подробнее](#)



Комментарий эксперта

«Мы обязаны делать клиентов довольными любыми доступными способами!»

Алексей Молчанов, основатель международной IT-компании Envybox



Текущая ситуация в стране и мире с каждым днем набирает все больше и больше оборотов. Сегодня каждый предприниматель задается вопросом: “А что же сейчас будет с моим бизнесом?”

Если вы поддадитесь всеобщей панике и “заморозите” деятельность компании, то ни к чему хорошему это не приведет. Если вы видите, что кризис неизбежен и доход компании уже начинает сокращаться — не приостанавливайте свою деятельность. Ни в коем случае не сокращайте расходы на рекламу и не прекращайте продвижение (если вас, конечно, не закрыли из-за Постановления правительства).

Направляйте максимум усилий и внимания на продвижение своей компании и увеличение потока новых клиентов.

Для того, чтобы у вас было понимание, как следует себя вести во время кризиса — поделюсь с вами полезными инструментами, которые помогли нам не только преодолеть кризис, но и выйти из него победителями.

Ниже вы можете [скачать чек-лист](#) из простых и доступных для любой компании инструментов привлечения стабильного потока новых клиентов или возвращения существующих. А также в качестве бонуса получить [бесплатное использование наших сервисов](#) для увеличения заявок с сайта в течение 7 дней и 30% скидку на их подключение. Желаем вам удачи, новых клиентов и больших продаж!

Второе. Не будете знать, каковы основные потребности клиента, не сумеете отвечать на его возражения (это четвертый этап процесса продаж). Что значит: возражение клиента? Это значит, он сомневается в способности вашего товара решить его проблему наилучшим способом. Ваша задача – освободить клиента от всяких сомнений, иначе вы его потеряете – он станет добычей конкурентов.

Третье. Главное в процессе личных продаж – убедить покупателя в том, что вы всеми силами хотите помочь решить его проблему. А как вы этого добьетесь, если не будете понимать саму проблему?

Топ 6 полезных статей для руководителя:

1. [Как провести мозговой штурм среди сотрудников](#)
2. [Этапы воронки продаж](#)
3. [Закон Парето в бизнесе и в жизни](#)
4. [Что такое трафик и как его посчитать](#)
5. [Конверсия продаж: 19 причин низкой конверсии](#)
6. [Обратный звонок на сайте](#)

В каких случаях необходимо выявление потребностей клиента

С задачей выявления потребностей клиентов компания сталкивается неоднократно. Впервые нужды потенциальных покупателей необходимо узнать до того, как начнется разработка товара и формирование маркетинговой программы.

Для этого этапа существует железное правило: не надо продавать то, что вы сделали, а сделайте то, что у вас обязательно купят. То есть перед разработкой продукта вы должны определить, чего требует рынок.

Действовать следует поэтапно – первым делом определить потребности для целевой аудитории целиком. Скажем, школьникам нужна ручка, у которой на другом конце есть замазка.

Далее целевая аудитория разбивается на сегменты, в каждом определяем потребность более узконаправленно. К примеру, школьникам младших классов нужны шариковые ручки с замазкой, а старшеклассникам – гелевые.

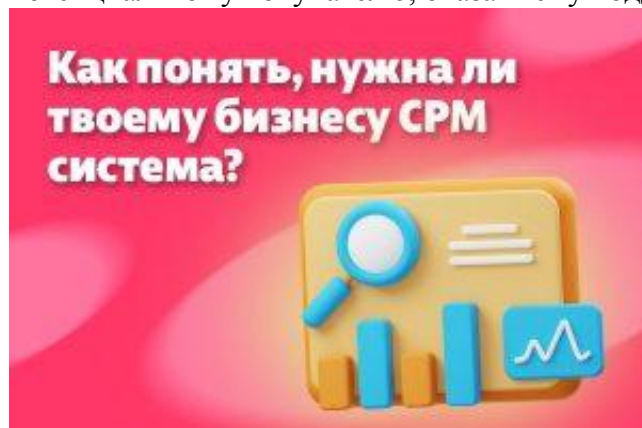
Теперь можно приступать к производству (закупке) товара, который обязательно у нас купят. Учет потребностей необходим и в процессе формирования маркетинговой стратегии. Например, канцелярские товары детям младшего школьного возраста приобретают родители (для них важна рациональная выгода – на этом можно сделать акцент в рекламе продукта). А школьники постарше сами ходят за покупками (им важно чем-то выделяться из толпы или походить на любимых персонажей фильмов и игр – этим тоже можно воспользоваться в целях продвижения товара).

Данный этап определения потенциальных потребностей клиента подразумевает анализ рынка, опросы и исследования. На основе полученных результатов составляем карту потребностей каждого целевого сегмента.

Необходимость изучения потребностей возникает снова – на втором этапе процесса продаж. Зачем это нужно?

Есть несколько причин, по которым необходимо выявлять потребности клиента в процессе реализации продукта:

1. Поскольку один и тот же товар способен удовлетворять несколько различных потребностей, продаваться он должен по-разному. К примеру, одни люди приобретают смартфоны для того, чтобы звонить и просматривать видеофайлы, а другим он нужен из-за Интернета, в котором можно сидеть безвылазно. Если продавец это вовремя определит, он будет предлагать первой категории клиентов гаджет с большим экраном, хорошей цветокоррекцией и отменным звуком, а второй группе – смартфон с 4G и качественным Wi-Fi.
2. Знания потребностей помогают грамотно организовать презентацию товара.
3. Только владея информацией о потребностях клиента, можно эффективно работать с возражениями – приводить весомые аргументы в пользу покупки продукта, то есть оперировать ценностным содержанием товара для определенного потребителя.
4. Актуальная информация о потребностях клиента дает возможность войти в доверие к потенциальному покупателю, оказать ему поддержку, проявить сочувствие.



[Как понять, что компании нужна CRM](#)
[Внедрение CRM упрощает работу с клиентами](#)
[Подробнее](#)

Виды потребностей клиентов

Всевозможных классификаций – огромное количество. В их числе знаменитая пирамида потребностей Маслоу, двухфакторная модель потребностей Герцберга и другие. Но, увы, на этапе реализации товара они не дают особого эффекта.

В сфере продаж традиционно выделяется два типа: потребности клиента рациональные (или функциональные) и эмоциональные.

1. Рациональные потребности

Речь идет о базовых потребностях, от удовлетворения которых зависит существование индивида. Каким бы категоричным ни выглядело данное определение, оно в полной мере справедливо. Скажем, оказались вы в знойный летний день на городской улице и просто умираете от жажды. Конечно, вы остановитесь у ближайшей торговой точки, чтобы купить воды, иначе вам будет просто невыносимо идти дальше.

Умелое использование рациональных потребностей клиента способствует продажам товаров первой необходимости и массового спроса – продовольствия, одежды, мебели. Причем цена в данном случае для потребителя может быть не столь важна.

Когда вы работаете с товарами такого рода, акцентируйте их функциональные преимущества. К примеру, как рекламировать верхнюю одежду? «Куртка сшита из материала, способного отражать холод: благодаря ему вы не замерзнете на улице, при том что и в транспорте вам не будет жарко в этой одежде!».

2. Эмоциональные потребности

Возникают после того, как получено удовлетворение рациональных потребностей клиентов. В качестве примера можно привести такие социальные потребности, как потребность в принадлежности к одной из групп или потребность в самореализации. Задача товаров, призванных удовлетворить эмоциональные потребности, – отображать мировоззрение клиента, его ценности.

Эксплуатировать эмоциональные потребности – прерогатива знаменитых брендов. Так, Apple неизменно вызывает ассоциации с высоким социальным статусом и успешностью. В этом и заключается удовлетворение эмоциональной потребности.

Если вы продаете товар, удовлетворяющий эмоциональную потребность, взывайте к эмоциям и чувствам клиента. Допустим, ту же куртку вы можете продвигать примерно так: «Это – настоящий хит нового сезона. Такую носит сам господин «N»!». Вместо «N» необходимо назвать авторитетную для данного покупателя фигуру.

Еще одна классификация, которая будет полезна продавцам, разделяет внутренние и внешние потребности.

3. Внутренние потребности

Внутренние потребности клиента имеют отношение к личным страхам и переживаниям. К примеру, скромная девушка покупает декоративную косметику, чтобы понравиться себе самой.



[Максимальная генерация клиентов](#)

[С виджетом Обратный звонок от Энвибокс](#)

[Подробнее](#)

4. Внешние потребности

Эти потребности исходят из желания получить признание в социуме. Скажем, та же девушка приобретает яркую косметику, чтобы парень оценил ее привлекательность.

Казалось бы, в обоих случаях девушке нужен товар одной и той же категории, тем не менее покупки будут разные. В первом примере в основу выбора лягут личные предпочтения девушки, а во втором – предпочтения ее парня.

Если вы хотите безошибочно определять потребности клиента, вам не обойтись без знаний еще двух типов.

5. Скрытая потребность

Скрытые – это потребности клиента, которые им осознаются, но не создают ощущаемого дискомфорта. Следовательно, они и не побуждают потребителя к действию.

Если потребность остается скрытой, покупку клиент не совершает.

6. Явная потребность

Явную потребность клиент выражает, она доставляет ему проблемы или неудобства, и он это озвучивает.

Только когда потребность становится явной, клиент совершает покупку.

Сколько времени требуется на то, чтобы скрытая потребность превратилась в явную?



Удержание клиентов: 13 работающих способов и ошибок

Маркетинговые тактики

Подробнее

Процесс перехода из одной категории в другую зависит от ваших способностей – он может быть довольно стремительным.

Хотите, чтобы скрытая потребность благодаря вам стала явной? Выполните следующие условия:

1. Изучите бизнес своего клиента, обязательно выясните, какова у него цепочка создания стоимости. Тогда вы будете знать, в каком направлении двигаться, чтобы понять существующие или возможные проблемы, неудобства, потери и быстро выявить реальные потребности, интересы клиента. Поразмышляйте над тем, какая сфера деятельности потенциального покупателя в настоящее время испытывает трудности, какой процесс идет с неувязками, где кроются узкие места. Найдите точки соприкосновения этих проблем с вашим продуктом: где и как он может быть применен для исправления ситуации (возможно, клиент уже пользуется аналогом). Задайтесь вопросом: какие издержки конкретного направления бизнеса вызваны выявленными проблемами, и это сказывается на конечном продукте клиента. Ответы помогут вам действовать правильно.

2. Используйте СПИН-вопросы. Главная задача таких вопросов и заключается в том, чтобы выявить и сформулировать потребности клиента. В сложных продажах СПИН-вопросы нацелены еще и на то, чтобы обнаруженные скрытые потребности трансформировать в явные:

- **Ситуационные вопросы** – помогают понять ситуацию.
- **Проблемные вопросы** – служат выявлению скрытой потребности.
- **Извлекающие вопросы** – усиливают потребность.
- **Направляющие вопросы** – ведут к признанию явной потребности.



Что такое подкаст

[Как запустить свой подкаст: 6 простых шагов](#)

[Подробнее](#)

Важные нюансы выявления потребностей клиента при продаже



От чего зависят потребности покупателя? От имеющихся и возможных в будущем проблем, которые возникают в жизни клиента (если речь идет о рынке B2C) или в бизнесе компании (рынок B2B).

На каком этапе продаж выявляются потребности? Этот процесс происходит на стадии Leads development – вы сделали холодный обзвон или приняли звонок от клиента, после чего должны:

- определить соответствие клиента характеристикам вашей ЦА, выявить вероятность и потенциал сделки – то есть квалифицировать клиента;
- узнать имеющиеся потребности клиента или самостоятельно сформировать их, если квалификация покажет, что сам покупатель плохо ориентируется в бизнес-ситуации и не понимает пользу для себя вашего продукта;
- показать, в чем ценность и выгоды вашего продукта.

От этих действий напрямую зависит успех продаж.

Исходя из сложности продажи, время, затраченное на процесс выявления потребностей, может быть разным.

То, насколько сложными окажутся продажи, определяется 3 критериями:

- количеством лиц, которые принимают решение о сделке;
- наличием рисков для покупателя;
- продолжительностью процесса продажи.

Закономерность простая: выше риск для покупателя – выше уровень сложности продаж и, соответственно, сам процесс продажи, значит, и выявить потребности труднее.

Для быстрых (транзакционных продаж) характерно четкое осознание клиентом своих потребностей. Продавцу тоже не составит труда их выявить и с легкостью закрыть сделку.

Сложные сделки характеризуются тем, что потребности клиента в них не сиюминутные – **они зреют постепенно.**

Вы не уверены в том, что клиент готов к покупке, пока выясняете его потребности.

В сложных продажах именно работа над выявлением потребностей является самым важным этапом, от которого зависит конечный результат.

Именно сложные продажи преобладают в рыночном сегменте B2B, когда речь идет об IT-продуктах, дистрибьютерских, промышленных продажах и продаже услуг. А у сложных продаж всегда есть цикл сделки. Правда, классическая модель – пятиступенчатая или семиступенчатая (контакт-выявление потребности-презентация-работа с возражениями-закрытие) – в данном случае **не работает**.

Сложные продажи требуют от продавца применения технологии СПИН-вопросов, выявляющих потребности клиента.

Хотите быть успешным и эффективным продавцом? Стройте процесс продаж, исходя из потребностей потенциальных клиентов. А для этого вы должны как следует вникнуть в них.

Прежде всего научитесь думать так, чтобы мысли были сосредоточены на решении проблем клиента. Добиться этого можно, задавая множество вопросов, которые на этапе выявления потребностей:

- во-первых, помогут понять, что этим потребностям соответствует больше всего;
- во-вторых, будут способствовать укреплению доверия между вами и клиентом;
- в-третьих, сам потенциальный клиент благодаря таким вопросам сможет разобраться в каких-то нюансах, которым раньше не придавал значения.

Последний пункт особенно актуален, ведь потенциальному клиенту предоставляется возможность открыть для себя такие функции продукта, которые на самом деле имеют для него ценность.

И пусть основные данные о клиенте вы собрали на этапе квалификации, выявляя потребности, к этой информации необходимо обратиться с еще большим вниманием.



[Обратный звонок на сайте: как установить и оценить его работу](#)

[Достаточно эффективный вид общения](#)

[Подробнее](#)

Ваша роль в процессе – эксперт. То есть вы, а не покупатель, разбираетесь в продукте как профессионал.

Чтобы выявить потребности клиента, вы, как эксперт, должны хорошо знать такие параметры своего продукта, как:

- **Потенциальные выгоды.** В случае, если вы пытаетесь переманить клиента конкурентов, он обязательно проанализирует прибыль для своего бизнеса, которую получит, покупая у вас. Так что в вопросе выгод клиента от приобретения вашего продукта вы должны отлично разбираться.
- **Возможные издержки.** В процессе анализа своих потребностей клиент непременно считает, какие финансовые и эмоциональные издержки ему предстоят в связи с приобретением продукта у вас (стоимость самого продукта плюс затраты нематериального характера, сопряженные с механизмом его покупки, внедрения и обслуживания). В связи с

этим изучение бизнеса клиента и всех его возможных дополнительных трат при покупке и внедрении вашего продукта – необходимость для вас.

Если вы имеете дело со сложной продажей, когда клиент не созрел к покупке «здесь и сейчас», его потребность растет постепенно, вы должны брать ситуацию в свои руки и управлять интересом клиента. Не готов к покупке – еще не значит: не готов к восприятию информации. Главное, своевременно и точно определить тип информации, способной стать для клиента ценной и важной. Ваша задача – постоянный диалог с потенциальным покупателем, по ходу которого скрытая потребность плавно превращается в явную.



Что такое CRM-маркетинг

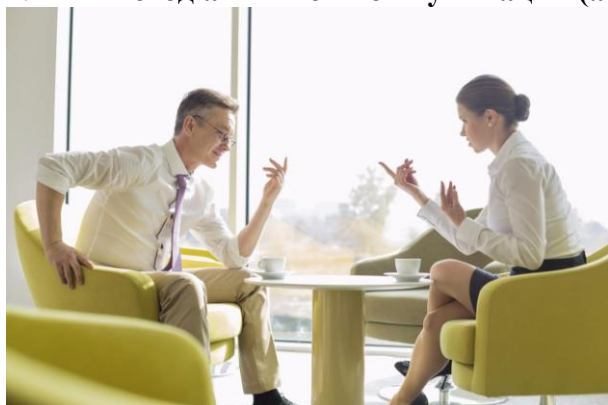
И как он помогает бизнесу развиваться

Подробнее

Как выявить потребность клиента: эффективные методы

Выявление потребностей клиента возможно следующими методами:

1. Метод активной коммуникации (активное слушание)



Продавец в беседе задает открытые вопросы для выявления потребностей клиента, формулируя их так, чтобы получить развернутые ответы. В таком диалоге покупатель сможет выговориться, а продавцу будет проще понять реальные потребности. Например, задайте вопрос: «Что является самым важным для вас при покупке телефона?». Слушайте ответ внимательно – покупатель должен быть уверен в том, что вы разбираетесь в проблеме, которую он озвучивает. Так вы расположите клиента к себе, ему захочется общаться с вами больше, и вы сможете получить нужную информацию.

2. Метод повторения (переспрашивания)

Не все люди готовы разговаривать с первым встречным, интроверту открытые вопросы могут доставить дискомфорт, в этом случае лучше задавать другие вопросы для выявления потребностей клиента при продаже – альтернативные (с готовыми вариантами ответов) и уточняющие. Уточняющий вопрос содержит в первой части информацию, которую уже дал клиент. Путем такого интервьюирования вы покажете свою заинтересованность ответами и сможете удостовериться в том, что выбрали верную тактику.

3. Метод подведения итогов

Суть данной методики состоит в том, чтобы вычленить из высказываний клиента то, что его волнует и тревожит сильнее всего. Важно не просто выделить главное, но и произнести вслух

– чтобы потенциальный покупатель поскорее сам осознал свою потребность и проникся доверием к продавцу-консультанту, сумевшему понять и выразить его проблему.

4. Метод «достраивания дома»



Давайте представим фразу «я покупаю это» в виде конструктора. Когда потенциальный клиент просто осознает данный факт, все элементы конструктора разрозненны. А вот когда он принимает решение о покупке, отдельные части конструктора выстраиваются в готовый дом. Чтобы дом стал полноценным строением, все детали конструктора должны быть на своих местах.

А теперь вообразим, что покупатель приходит к вам, и вы начинаете строить дом. Верно? А вот и нет! Такое видение ситуации – ловушка, в которой часто оказываются все продавцы, когда предлагают свой продукт (товары или услуги): они приступают к строительству нового дома, а не пытаются продолжить возведение уже начатого объекта. Все дело в том, что еще до встречи с продавцом клиент определился: что ему хочется купить, какую сумму он готов отдать, сколько времени займет процесс покупки и т.д. Есть действие: покупатель пришел к продавцу. Это означает, что он движим каким-то мотивом – возникшей в чем-то потребностью. Задача продавца как раз и состоит в том, чтобы выяснить, что это за мотив.

Итак, вам не надо начинать все с нуля, вы должны лишь достроить дом – прикрепить ряд финальных деталей – предложить только те элементы, которых клиенту не хватает. Именно эти два слова «не хватает» являются ключом к «я покупаю это»!

Вам кажется, что нельзя вот так прямо спросить «чего вам не хватает, чтобы купить это»? Ошибаетесь, можно! Просто существует множество способов сделать это. Придумайте собственный продающий вопрос, который соответствует сфере вашей деятельности, и вы убедитесь, что результаты бесед с потенциальным покупателем кардинально изменятся в вашу пользу. У клиентов разные потребности, по структуре они схожи с проблемой – решение требуется быстрое и эффективное.

Можно использовать, например, такой универсальный вопрос: «Вижу, в целом вы довольны, но все-таки что-то вас смущает. Что, если не секрет?».

Старайтесь продать то, чего не хватает. У клиента нет уверенности в товаре? Предлагайте уверенность, облекая в форму фактов. В дефиците функций? Значит, продавайте их, демонстрируя при этом. Выходит, если мы слишком углубляемся: «Для чего вам это? Купите лучше то!», или допытываемся: «Вы точно знаете, что именно это хотите?» или безапелляционно заявляем: «Вам это ни к чему!», – тем самым вытаскиваем кирпичики из сооружения и ломаем дом «я покупаю это».

Важно! Коммуникация с клиентом должна строиться на языке, который ему понятен. Не злоупотребляйте незнакомыми и сложными терминами, это легко может отпугнуть – кому хочется выглядеть глупо? Но учтите, общаясь со специалистом в какой-то конкретной области на примитивном уровне, вы рискуете прослыть дилетантом и потерять клиента – он предпочтет обратиться к более компетентному консультанту.



Партнерские продажи

Как всплывающие окна увеличивают их в два раза

Подробнее

Какие вопросы задавать клиенту для выявления потребностей

Итак, очевидно, что выявление потребностей клиентов необходимо, это важный шаг в процессе продаж. Разноплановые вопросы, которые вы используете на этом этапе, помогают разузнать желания покупателя и понять, чего он ждет от приобретения. Составлять и задавать эти вопросы надо умело, ведь можно измучить клиента сотней «зачем» и «почему», но так и не приблизиться к продаже. А можно уже после пары открытых вопросов закрыть сделку.

В чем тут фокус? Вопросы следует продумать так, чтобы они располагали человека к беседе и были ему понятны. С основными типами вопросов, их плюсами и минусами, можно ознакомиться, изучив таблицу:

Тип вопроса	Примеры	Плюсы	Минусы
Открытый	Что для вас в товаре важнее всего? Как вы намерены пользоваться продуктом?	Дают возможность клиенту выговориться Предоставляют большой объем информации	Затратные по времени Способны насторожить и отпугнуть покупателя
Закрытый	Вы сторонник классического стиля? Вам интересно наше предложение?	Клиент не испытывает дискомфорта от вопросов	Беседа больше походит на допрос Мало информативны
Альтернативный	Вы предпочитаете брюки-скинни или классику? Вы ищете покупку себе или в подарок?	По сравнению с закрытыми более информативны и в то же время не так навязчивы, как открытые	не способствуют выявлению сопряженных потребностей
Риторический	Это ведь важно, как сидит костюм? Вам бы хотелось купить товар со скидкой?	Помогают создать дружеские отношения	Занимают много времени

Важно! Не переусердствуйте с вопросами. Если их будет чересчур много, вряд ли это поможет добыть ценную информацию, а вот потерять испуганного расспросами клиента легко.

Важно во время диалога поддерживать зрительный контакт с собеседником, разговаривать непринужденно и свободно, показывая свою заинтересованность. Когда человек не расположен к беседам, это видно сразу – не навязывайтесь, толку не будет.

Для достижения положительного результата важно усвоить принцип воронки вопросов:

1. По максимуму собираем информацию, предоставляя возможность потенциальному клиенту свободно высказаться, поделиться с вами проблемой.

2. Конкретизируем варианты, которые начинают прорисовываться.

3. В финале озвучиваем предложение купить продукт.

Представим это условно на практике:

Ваша задача выработать такую тактику переговоров с клиентом, чтобы получить от него: «Да!». Это произойдет, если ответы на открытые вопросы будут правильно услышаны и поняты. Чувствуете, что вам не хватает информации и вы не готовы сделать конкретное предложение? Продолжайте задавать открытые вопросы для выявления потребностей клиента. Примеры действий неопытных продавцов показывают их распространенную ошибку – они задают вопросы, которые не очень полезны и не помогают раскрыть целиком суть проблемы клиента. Но это, собственно, дело наживное.



[Как вернуть клиентов: 10 проверенных способов](#)

[Делаем так, чтобы клиенты не уходили](#)

[Подробнее](#)

Если вы нацелились в совершенстве овладеть техникой выявления потребностей клиента, сперва освоите технику открытых вопросов (таких, на которые клиент будет вынужден дать однозначный ответ). Данные вопросы уместны в первой части беседы – благодаря им вы сможете понять, какие потребности у клиента в общем. После того, как станут ясны цели, которые привели покупателя к вам, следует задать несколько альтернативных вопросов и только в самом финале диалога – вопросы закрытые.

Примеры выявления потребностей путем открытых вопросов:

- «Чего вы ждете от ...?»;
- «Что должен вам обеспечить ...?»;
- «Для каких задач (целей, условий) вам нужен ...?»;
- «Что бы вы хотели видеть в этой модели ...?»;
- «Что вам не нравилось в прежней модели ...?»;
- «Что бы вы хотели видеть в ...?»;
- «Опишите, в каких условиях будете использовать ...»;
- «Что вам показалось привлекательным в данной модели ...?»
- «У вас имеется опыт использования такой модели ...?»
- «Какие у вас есть опасения, связанные с ...?».

Таковыми вопросами вы вынуждаете респондента давать развернутые ответы. В них вам надо найти не только указание непосредственно на проблему, которую вы стараетесь выявить, но и всевозможные детали, с помощью которых вам проще будет воссоздать полную картину потребностей клиента.

Техника выявления потребностей не ограничивается открытыми вопросами. Альтернативные и ситуационные тоже могут принести немалую пользу.

Пример альтернативных вопросов:

- «Вы предпочитаете изумрудный или синий ...?»;
- «Для вас более значим качество или скорость ...?»;
- «Вы интересуетесь автомобилем с автоматической или механической КПП...?».

Альтернативные вопросы – прекрасные помощники в конкретизации деталей и отсеивании ненужных вариантов. Они поступательно приводят вас к закрытию сделки. Благодаря альтернативным вопросам вы можете склонить клиента к какому-то конкретному ответу: «Для вас важнее практичность или яркий цвет ...?».

Как же избежать неверных шагов? Извлекать уроки из чужих ошибок. Есть одна методика, которая практически всегда попадает в цель. Суть ее – в трех вопросах, которые помогают добыть информацию, необходимую для перехода к продаже:

1. «Пожалуйста, скажите, какой должен быть... ? Я хочу предложить вам самое лучшее по тем ценам, на которые вы рассчитываете». Дайте клиенту возможность самому все рассказать, не перебивайте его ситуационными, проблемными и прочими вопросами. Тогда вам останется лишь подобрать оптимальный вариант и сделать презентацию.

2. «Если вы собираетесь оформить покупку в ближайшее время, то у вас есть возможность воспользоваться специальной скидкой, которая действует только до ...». В зависимости от ответа клиента вы сможете выстроить дальнейшую стратегию: работать с товаром, имеющимся в наличии, подталкивая потенциального покупателя к принятию решения, или провести небольшую промо-акцию на будущее, обменявшись контактами.

3. «Это то, что вы искали? Можем оформлять заказ?». Таким образом вы подводите покупателя к конкретному варианту и ждете его реакции. Это чрезвычайно важно! Не стесняйтесь предлагать клиенту купить то, что вы продвигаете.

Постарайтесь разговорить клиента, узнайте, за чем конкретно он пришел. Пользуйтесь этой методикой, какими бы продажами вы ни занимались. Подстраивайте представленную модель под свой продукт и получайте больше прибыли. Стоит только начать задавать вопросы, как вы убедитесь в разговорчивости клиентов.



[Использование NFT в цифровом маркетинге](#)

[Три удивительных способа](#)

[Подробнее](#)

СПИН-вопросы для выявления потребностей клиентов

МОДЕЛЬ SPIN-ПРОДАЖ



Когда мы имеем дело со сложными продажами, наиболее ответственным этапом является «исследование» – итог переговоров зависит от него больше, чем от остальных. И хотя на

каждом этапе бизнес-диалога идут в ход СПИН-вопросы, на этапе исследования их используют чаще всего.

Для чего вы должны задавать такие вопросы?

- Чтобы стимулировать покупателя думать и высказываться. В успешной продаже клиент благодаря грамотным вопросам говорит больше, чем продавец.

- Чтобы подтверждать свою компетентность и экспертность. Когда вы задаете вопросы по существу, которые заставляют клиента мыслить, это положительно влияет на вашу репутацию и укрепляет авторитет.

- Чтобы в чем-нибудь убедить собеседника – в продажах это очень тяжелая задача. Разъяснения тут бывают бессильны: слишком много предубеждений имеется относительно продавцов. А вопросы способствуют построению диалога в конструктивном ключе. Отвечая вам, клиент убеждает сам себя.

Используя вопросы, вы сообщаете клиенту информацию о выгодах и ценности вашего продукта.

- **Ситуационные.** Вопросы, цель которых – установление контакта и сбор сведений о ситуации, сложившейся у клиента. Благодаря им можно понять, какие действия предпринимает клиент для решения возникших проблем и бизнес-задач, в чем он эксперт, а в чем – профан. К ситуационным относятся вопросы о задачах, стратегиях клиента, об особенностях рабочих процессов и принятия решений компании.

- **Проблемные.** Нацелены на выявление трудностей, неудовлетворенностей, недовольств клиента. Помогают узнать узкие места, риски потерь, видение клиентом обозначенных проблем.

- **Извлекающие.** Эти вопросы касаются последствий, которые могут случиться, если существующие проблемы и недовольства не будут устранены.

- **Направляющие.** Затрагивают методы решения найденных проблем, предложенные вашим продуктом. Вопросы призваны раскрыть ценность вашего продукта и выгоды для бизнеса, получаемые клиентом в случае приобретения товара.

Вопросы в СПИН-продажах позволяют не только выявлять потребности клиента, но и управлять ими.

Выяснение потребностей клиента: пошаговая инструкция

Итак, посетитель зашел в ваш магазин. Вы, как полагается, приветствуете его классической фразой: «Добрый день, я могу вам чем-то помочь?». Клиент, как обычно, отвечает: «Спасибо, я посмотрю и, если нужна будет помощь, вас позову». Коммуникация окончена. Точка. И это первая ошибка, она самая распространенная.

Шаг 1: Определите потребность

Не кидайтесь сломя голову к потенциальному покупателю, присмотритесь к нему: какими товарами он интересуется, соберите ознакомительную информацию. Возможно, вы сразу поймете, какая именно потребность привела его в ваш магазин. Предположим, мы торгуем посудой, и посетитель ходит по сектору, где расставлены чайники, рассматривая их. Логично предположить, что чайник ему и нужен. Ничего сложного. Этапу «наблюдение» не надо уделять много времени – достаточно и 30 секунд.



А вот теперь подходящий момент, чтобы начать диалог. Вы можете сразу сделать предложение:

- «Здравствуйте! Мы сегодня получили партию новых чайников, еще не успели их расставить в торговом зале, я сейчас принесу и покажу их».

- «У нас есть двухлитровый чайник, в котором вода закипает за полминуты, давайте я покажу его вам».



Чат-бот для бизнеса – современное решение для «прогрева» клиентов

Зачем он нужен и как им пользоваться

Подробнее

Имейте в виду, что ответ на второе предложение может содержать потребность клиента: «Я бы хотел объем больше» или «Электрический чайник тратит много электроэнергии, мне такой не нужен!». Отлично, уже есть, с чем работать. Так что старайтесь на этом этапе включить в свое предложение характеристику какого-нибудь товара.

Шаг 2: Демонстрируйте товар и начинайте задавать вопросы

Если покупатель изъявил желание пойти с вами, первым делом покажите ему товар, а после уже задавайте вопросы.

Клиент выразил свою незаинтересованность вашим предложением? Переходите сразу к вопросам-анкете. К слову, начинающим продажникам неплохо бы в самом деле составить памятку: какие вопросы задавать покупателю. Пусть она будет незаметна для клиента, но с такой шпаргалкой вы быстрее запомните классификацию вопросов и ситуации, в которых следует задавать каждый из них.

Шаг 3: Выслушайте клиента

После этапа вопросов готовьтесь выслушать возражения.



Здесь выполняются два важных правила:

- клиента нельзя перебивать;
- необходимо участвовать в диалоге.

Как это реализовать? Обратитесь к технике активного слушания: «поддакивайте» собеседнику, повторяйте его финальные фразы, озвучивайте ключевую мысль его высказываний. Таким образом вы дадите понять клиенту, что заинтересованы в том, что он рассказывает, соответственно и в его проблеме тоже.

Этим процесс выявления потребностей можно и завершить. Остается только довести общение с потенциальным покупателем до успешного финала.

Шаг 4: Ответьте на вопросы клиента

Потребности клиентов выявлены. Что дальше?

Выслушав все, что расскажет клиент о своих проблемах и не только, ответьте на все его возражения – аргументированно и спокойно, не вступая в споры. Пусть реальные характеристики продукта, имеющие ценность для этого покупателя, будут вашими главными доводами.

Проще говоря, хотите убедить клиента в том, что он должен совершить покупку конкретного продукта, – используйте потребности, которые только что были выявлены.

Помните пример с чайником? Предположим, клиенту необходим большой электрический чайник, который в целях экономии электроэнергии кипятил воду не более 3 минут. Мы предлагаем ему такой вариант, но покупатель считает его слишком дорогим.

Обращаемся к потребности – экономии электроэнергии – и можем смело убеждать клиента в том, что спустя какое-то время он вернет цену чайника за счет экономии электричества, при том, что сможет быстро кипятить много воды – другие чайники с этим не справятся.



[Как построить воронку продаж](#)
[Которая будет приносить постоянную прибыль](#)
[Подробнее](#)

Как квизы могут помочь при выявлении потребностей клиентов

[Квизы](#), или тест-опросы, тоже помогают выявлять потребности клиента. Благодаря им проще будет понять, что из себя представляет ваша база подписчиков, проверить ее реакцию, узнать ключевые проблемы и пожелания аудитории. Инструмент очень эффективен – проверено не раз.

Как в продажах определить потребности клиента? Примером проведения квиза может служить рассылка по имеющейся базе потенциальных клиентов. Письмо должно содержать лаконичную просьбу принять участие в анкетировании по актуальной для вас теме. Воплощается это так:

- определяете четыре существенных вопроса;
- придумываете мотивирующие аргументы, почему надо дать ответы на вопросы;
- на платформе [Spywords](#), располагающей специальным инструментом, собираете тест;
- записываете все полученные ответы в [CRM](#), чтобы впоследствии разослать персональные предложения.

Потребности клиента выявили. Что это дало:

- подтверждение жизнеспособности базы данных;
- определение главной проблемы целевой аудитории;
- понимание того, какие коррективы нужно внести, чтобы сделать предложение более привлекательным;
- получение возражений, о которых и не догадывались;
- обнаружение лексики, с помощью которой потенциальные клиенты описывают свои проблемы (это поможет усовершенствовать лэндинг);
- создание еще одной точки взаимодействия, которая напоминает клиенту о вашей компании.

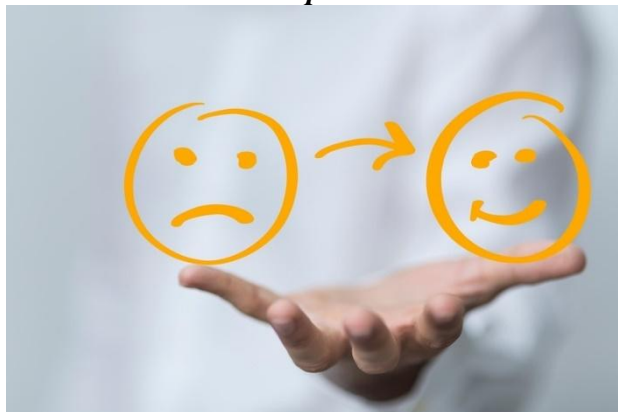
Второй вариант выявления потребности клиента при продажах – проведение тест-опроса в форме рекламной кампании в социальных сетях с переходом на страницу с [КВИЗОМ](#). Допустим, мы предложим бесплатно пройти тест и узнать, какая схема автоворонки больше всего подойдет для конкретного бизнеса.

Что мы в итоге получим:

- квалификацию целевой аудитории по размерам бизнеса и рангу должностей;
- выявление проблем, которые беспокоят клиентов;
- представление о том, насколько пользователи осведомлены в теме авторонок;
- разосланное разом приглашение на бесплатное мероприятие;
- контакты потенциальных клиентов.

Разбор приведенных вариантов позволяет понять, как квизы способствуют увеличению продаж. По сути, они берут на себя долю работы менеджера по выявлению потребностей. После того, как мы определили, в чем действительно нуждается покупатель, самое время приступить к презентации продукта. Ориентация на потребности клиента будет полезна и при работе с возражениями.

Возможности и потребности клиентов: чем «хочу» отличается от «могу»



Анализ потребностей клиента (с какой целью человек присматривается к вашему продукту, выполнения каких задач от него ждет и т.д.) позволит сформировать наиболее подходящее для покупателя предложение. Но не стоит забывать, что потребности и возможности клиентов не всегда идентичны. Кому не знакома такая ситуация: менеджер отработал процесс выявления потребностей блестяще, а посетитель ушел разочарованный? Почему так происходит? Да, этап выявления потребностей клиента важен, но не надо его возводить в ранг волшебства.

Представьте, что человек надумал обзавестись современным телевизором. Потребности в этом не то что назрели – нужно позарез! Старый сломался окончательно, а без телепередач клиент жизни не мыслит. Только денег у него нет на ТВ-технику своей мечты или он был не в курсе, какой ценник у современных моделей, вот и расстроился, что не осилит покупку. Бывает, что люди в самом деле не осознают своей финансовой несостоятельности для удовлетворения каких-то потребностей.

Что требуется от вас в такой ситуации? Не совершите ошибку, унизив человека раскрытием его положения: «Видно, у вас недостаточно средств, что ж, приходите, когда найдете всю сумму, или берите кредит...». Ваша задача – деликатно навести человека на такой вариант, который будет ему по карману и сможет удовлетворить его главную острую часть потребностей. «Я понимаю, что вы хотели экран с большей диагональю, но главное ведь – картинка, правда, а она намного лучше, чем была у вас, согласитесь?».

Выходит, узнавая потребности клиента, мы часто упускаем главное – его возможности: на какую сумму рассчитана покупка? В реальной практике продаж возможности и потребности клиента являются нераздельными.



Виджет обратного звонка: эффективный инструмент или отпугиватель клиентов

Облегчает коммуникацию

Подробнее

Успех продажи определяется главным фактором: сумеете вы почувствовать реальные возможности покупателя (максимальную сумму, которую он сейчас готов отдать за покупку) или нет. Ваша ошибка означает, что сделка не состоится.

Есть только два способа выявить возможности – явно и тайно. С явным все понятно: просто спрашиваете у клиента, на какую сумму он рассчитывает. Возможно, он и ответит, может быть, даже честно.

Проблема в том, что во многих кампаниях действует запрет на выявление финансовых возможностей явным путем, потому что прямые вопросы о деньгах ставят человека в неловкое положение. Ну и вообще, заглядывать в чужой карман считается не приличным. На самом деле вопрос для продаж – нормальный. Только не надо задавать его с первой минуты разговора.

Что касается тайного выявления возможностей – понаблюдайте, как реагирует клиент на ваше предложение варианта, который вы считаете подходящим, на то, как вы его слушаете. Есть разные методики, например, СПИН 80-х годов и другие – если вспомните их и используете, хорошо: главное – сужать круг вариантов, задавая специальные вопросы. В чем суть? Когда вы, исходя из выявленных потребностей клиента, пытаетесь предложить конкретный товар, то встречаете тупик, который упоминался выше: потребности–возможности, потому что бюджет покупки часто так и остается неясным.

Наиболее частые ошибки, допускаемые при оценке потребностей клиентов

Следующие советы помогут избежать типичных ошибок, которые совершают менеджеры по продажам, определяя потребности клиента:

- не закливайтесь на закрытых вопросах – когда клиент не хочет поддерживать диалог, оставьте его в покое, а не допрашивайте;
- ваша задача – обнаружить не одну, а несколько потребностей – чтобы сформировать лояльность клиента и добиться существенного увеличения продаж, всегда старайтесь искать сопряженные потребности;
- не рекомендуется включать презентацию товара в процесс выявления потребностей – предложить вариант товара можно, но описывать его достоинства не надо, иначе клиент воспримет это как навязывание и отсутствие свободы выбора;
- помните о такте, самая грубая ошибка, которую можно совершить, выявляя потребности клиента при продаже, – перебить его в беседе;
- не уклоняйтесь от своей основной задачи – продажи продукта, не позволяйте клиенту заговорить вас и использовать в качестве психотерапевта: да, вы призваны решить его проблему, но исключительно с помощью вашего продукта.

Удовлетворить потребности клиента вы сможете, работая человеком здесь и сейчас, а не перестраивая уже сформированную систему ценностей, стереотипов и убеждений, иначе очень долго будете идти к закрытию сделки. В арсенале некоторых менеджеров есть модули собственных вопросов, которые легко раскрывают клиента (2-3 попытки – и потребности ясны). Но такие достижения являются результатом:

- кропотливой интеллектуальной работы с потенциальным покупателем;
- изучения поведения и анализа потребностей клиента;
- хорошей внутренней мотивации к достижению цели.

Если вы будете внимательно слушать клиента, у вас получится задать ему правильный и уместный в данных обстоятельствах вопрос, а не шаблонный, который выудили из старой записной книжки.

Итак, основные принципы определения потребностей клиента в процессе продаж рассмотрены. Их можно применять и для личных продаж, и для телемаркетинга.



Продажи и маркетинг

[Как CRM помогает согласовать два отдела](#)

[Подробнее](#)

Источник: <https://envybox.io/blog/potrebnosti-klientov/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Мультиатрибутивная модель исполнения характеристик товара.
2. Латеральная модель исполнения характеристик товара.
3. Эмпирическая модель исполнения характеристик товара.
4. Блочные модели исполнения товара.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.2. Создание востребованного продукта в своей нише

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные элементы процесса системного создания востребованные продукты.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Разработка новых сервисов и подходов. Изменение бизнес-модели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия 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. Создание востребованного продукта в своей нише

Текст лекции.

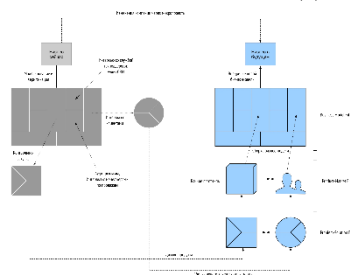
Сегодня слово «маркетинг» все ещё традиционно принято считать синонимом сбыта продукции. Когда собственник бизнеса приходит к маркетологу или в агентство, как-то само собой подразумевается, что продукт уже как бы есть и его осталось только правильно продать; что собственник отлично понимает и может внятно объяснить, *что* он продаёт, чем его продукт полезен потребителям и чем он лучше, чем продукты конкурентов. Маркетологу же остаётся только «упаковать» эти мысли в «продающий текст», «продающий сайт», или «продающее коммерческое предложение».

При этом вопросы какого-то более-менее системного создания этой самой потребительской ценности традиционно остаются в тени. Этот огромный фронт работ протекает внутри компании и скрыт от посторонних глаз. И получается, что собственники или топ-менеджеры — те, кто несёт глобальную ответственность за успешность продукта и бизнеса, остаются один на один с целым комплексом проблем. Как осознать свои сильные стороны? Как воплотить их в продукте? Как найти *свою* целевую аудиторию? Как сделать продукт привлекательным для неё и защитить его от копирования конкурентами? Отсюда же растут сложности с УТП и позиционированием, потому что они — следствия правильно сформированной ценности. Маркетологи обычно не могут предложить системного решения, ограничиваясь «креативом» или банальным заимствованием. Однако решать эти задачи обязательно нужно системно: ведь даже если удалось однажды создать продукт на бизнес-интуиции или везении, то его все равно нужно постоянно развивать, чтобы не оказаться аутсайдером на рынке, который сейчас копирует ценностные предложения как никогда быстро.

И получается, что задача менеджеров, которые управляют продуктом — сделать проактивное развитие ценности одним из ключевых процессов в организации. Именно он будет являться тем самым конкурентным барьером: пока другие держатся за результат, который случайно вышел таким успешным, новые лидеры рынка постоянно развиваются, удивляя и восхищая своих потребителей, повышая и повышая планку качества.

В этой статье мы расскажем о подходе, который позволяет запустить такой процесс и системно создавать востребованные продукты. Мы проверили его на себе и успешно применяем в клиентских проектах. Он подходит и для стартапов, создающих совершенно новые рыночные предложения, и для классического бизнеса, которому сложно отстроиться от конкурентов и создать защищенную позицию на рынке.

Схематично он выглядит вот так:



Начнём разбирать эту схему с описания языка, на котором разговаривают проектные команды.

Разговор на языке бизнес-моделей

Если в компании люди говорят вроде бы об одном и том же, но разными словами — это проблема. Множество идей гибнет в совещаниях, переговорах и спорах потому что люди не понимают друг друга. Однозначность и точность формулировок — основа быстрой и продуктивной работы в любой сфере. Не случайно на объектах повышенной опасности, там где критично важна точность понимания, новых сотрудников учат специальному сленгу, исключаящему двойное толкование.

Но мало научиться говорить на одном языке. Нужно научиться говорить на *правильном* языке. На том, который лучше подходит для решения задачи. Например, в математике существует специальный язык кванторов, который отражает математическую логику и позволяет очень компактно и однозначно записывать утверждения, которые бы заняли несколько предложений на обычном языке. А, например, о музыке, искусстве и еде лучше разговаривать на итальянском из-за его обилия метафор, передающих тончайшие оттенки эмоций.

Для создания продуктов удобно использовать визуальный язык бизнес-моделей и ценностных предложений Остервальдера. Про него мы уже писали:

Как собрать бизнес-модель

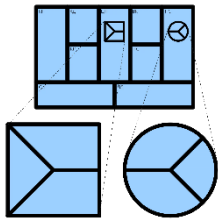
Методичка по описанию бизнеса на понятном языке в виде простой модели, на которой можно тестировать изменения.

medium.com

Помимо взаимопонимания есть еще одна важная польза специального языка. Её объясняет Гипотеза лингвистической относительности, она же Гипотеза Сепира–Уорфа. Она гласит, в строгой своей интерпретации, что

Язык определяет мышление, и, соответственно, лингвистические категории ограничивают и определяют когнитивные категории.

Это означает, что мы думаем теми понятиями, которые есть в нашем языке. И не думаем теми, которых нет. И если мы хотим научиться управлять ценностью и востребованностью своих продуктов, нам нужно сначала научиться мыслить продуктами. Остервальдер для этого подходит отлично: во-первых, продукт находится в центре его бизнес-модели, что само по себе настраивает на «продуктоцентризм» во взгляде, во вторых, продукт и клиент разворачиваются в понятный шаблон ценностного предложения.



Шаблоны бизнес-модели и ценностного предложения

Итак, установление общего языка — это самый первый шаг на пути создания востребованного продукта. На практике для этого достаточно всей командой составить несколько ценностных предложений и бизнес-моделей хорошо известных компаний.

Резюме:

- Для общения в проектной команде по развитию продукта лучше использовать язык бизнес-моделей и ценностных предложений Остервальдера.

Жизнь в эпоху перемен

Развитие ценности в компании — это всегда путь изменений. Предпочтения и требования потребителей меняются, происходит миграция ценности, и многие еще вчера массовые бизнес-модели уходят в ниши или вообще становятся неактуальны. Чтобы не потерять позицию, компаниям приходится *предвосхищать* желания своих потребителей, а не просто реагировать на уже сформированный спрос, как раньше. Уже недостаточно просто удовлетворять

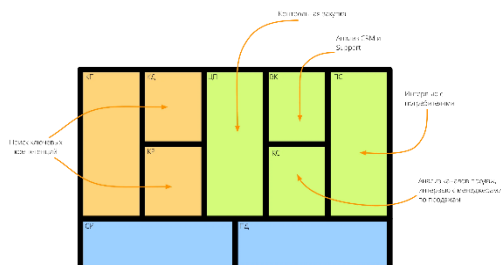
потребности лучше, чем конкуренты. Нужно переосмысливать потребности, предлагая новый опыт их удовлетворения. Быть не «лучше, чем конкуренты», а «иначе, чем конкуренты». Компании приходят к этому по-разному. Кто-то сразу осознаёт необходимость постоянного совершенствования продукта, а кто-то задумывается об этом после какой-то встряски: конкурент выпустил сильное решение, ушёл ключевой клиент, случился технологический прорыв или регулятор ввёл новую норму. Но какой бы ни была причина, важно понимать, что изменения — это навсегда. Для стабильной жизни нужно не разово найти и воплотить какое-то одно удачное решение, а научиться постоянно жить в изменениях, управлять ими, сделать совершенствование продукта органичным процессом внутри компании. Такой вот парадокс: компания, которая постоянно изменяется — более устойчива, чем та, которая всеми силами старается сохранить свою неизменность. Поэтому важно помнить, что в каждый момент мы разрабатываем не *конечное*, а *следующее* состояние нашего продукта. А после него еще *следующее* и так далее.

И первое, что нам потребуется на этом пути — правильно выбранная отправная точка.

Шаг 1. Сборка и верификация отправной точки

Отправная точка — это бизнес-модель, которая описывает компанию и её продукт на момент начала изменений. Её важно зафиксировать перед стартом, чтобы, с одной стороны — найти в ней «узкие места», и не тащить их в новый продукт, а с другой — не потерять ключевые компетенции и сильные стороны самой компании, которые нужно сохранить и развить в будущем продукте.

Сборка отправной точки начинается с заполнения шаблона бизнес-модели. Мы просим владельца или топ-менеджера заполнить каждый блок бизнес-модели так, как он видит компанию сейчас, со всеми её плюсами и минусами. Это будет черновик, который мы потом верифицируем. Верификация необходима, потому что менеджеры обычно необъективно оценивают свои бизнес-модели — сказывается сильное погружение и личная вовлеченность, которые дают в итоге искажённую картинку. Поэтому мы проверяем и доказываем фактами каждый блок бизнес-модели, отвечающий за востребованность: это продукт, клиентский сегмент, каналы сбыта и отношения с клиентами.



Верификация востребованности и поиск ключевых компетенций

Ценностное предложение мы проверяем с помощью контрольной закупки. В процессе устраиваем стресс-тест, чтобы на деле подтвердить или опровергнуть те ценности, которые заявляются. Например, если компания говорит, что её преимущество — вежливая и заботливая техподдержка, мы устраиваем представление с крайне возмущенным пользователем. Если техподдержка справилась — считаем ценностное предложение подтвержденным.

Клиентские сегменты мы проверяем на интервью с текущими и ушедшими клиентами. Мы спрашиваем, почему они выбрали продукт, каков их опыт использования и с какими трудностями им приходится сталкиваться. Ушедших спрашиваем почему и куда ушли. После этих интервью мы хорошо понимаем мотивы текущих потребителей, их проблемы и ожидания. Чтобы верифицировать отношения и каналы, мы смотрим логично ли выстроен цикл продаж, точно ли рекламные сообщения отражают ценностное предложение, ориентированы ли они на боли и ожидания потребителей (мы их уже знаем), нет ли ошибок конверсии на сайтах или в других материалах. То же самое касается работы менеджеров по продажам. Нас интересует логика презентаций продукта, донесение ценностного предложения, работа со страхами и сомнениями. Мы также обращаем внимание есть ли в компании CRM и насколько тщательно она ведётся.

Еще один способ изучить отношения компании со своими клиентами — это проверить службу технической поддержки. Насколько быстро они реагируют на запросы пользователей, хотят ли искренне помочь клиенту или работают формально.

В результате у нас получается объективная картинка, как компания выглядит изнутри (с точки зрения менеджеров) и снаружи (с точки зрения рынка и клиентов).

Диагностическая карта

Резюме:

- Сначала мы собираем модель текущего состояния бизнеса и добиваемся, чтобы она была максимально объективной;
- Из модели мы выделяем узкие места и ключевые компетенции. Узкие места — чиним, компетенции — развиваем.

Шаг 2. Создаем видение будущего

Когда отправная точка собрана и проверена, мы начинаем создавать целевую точку — образ нашего нового продукта и бизнес-модели.

В бизнес-моделировании принято выделять четыре эпицентра инноваций: ресурсы, финансы, продукт и потребитель. Но поскольку мы специализируемся на создании продуктов, то в этой статье мы подробно рассмотрим именно два последних случая. Обобщённо они называются инновации ценностных предложений.

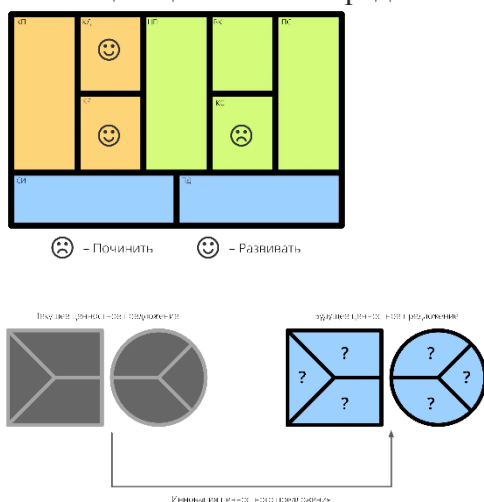
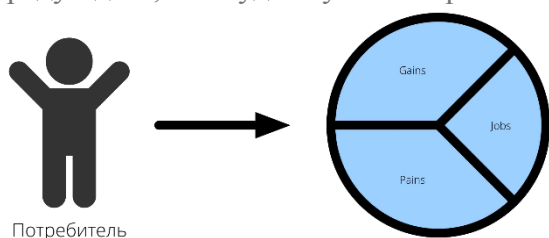


Схема инновации ценностного предложения

Будущие потребители продукта

Классический customer development Стива Бланка постулирует, что никто кроме клиента не знает, что ему (клиенту) нужно. И владельцу продукта остаётся только правильно спросить у него об этом, и сделать под запросы продукт. Проблема в том, что так очень легко переложить на потребителя ответственность за неудачу своего продукта. На самом деле, потребитель не умеет разрабатывать продукты. И он, как ни странно, редко понимает, что ему на самом деле нужно. Максимум, что потребитель может для вас сделать — это рассказать о *симптомах* своих проблем и продемонстрировать как он эти проблемы сейчас решает. Выводы из этих данных придётся делать самостоятельно. Поэтому мы скорее наблюдаем, чем спрашиваем. Наша главная цель — как можно глубже погрузиться в жизнь клиента, чтобы предугадать, что будет нужно потребителю в будущем.



Изучая потребителя, мы заполняем шаблон клиентского профиля. Он состоит из блоков Jobs, Gains и Pains. Таким образом, нам важно, что делает потребитель, чего хочет достичь и какие проблемы при этом испытывает.

Обычно, когда люди впервые наполняют шаблон, в голову приходят совершенно очевидные задачи, проблемы и выгоды. Все они так или иначе уже решены конкурентами, и что с ними делать — непонятно. Из-за этого, кстати, многие разочаровываются в шаблонах Остервальдера. Дескать, продукты на нем получаются поверхностные. Но тут важно помнить, что шаблоны — это язык. А в любом языке мало знать буквы — нужно еще учиться говорить слова, писать предложения. И мастерство владения языком определяется не способностью говорить банальности, а умением писать шедевры. Аналогично и здесь: поверхностно описываешь шаблон — будет поверхностный продукт. Глубоко изучаешь потребителя — продукт будет уникальным. Поэтому мы ищем неочевидные и глубокие проблемы клиента. Такие, которые существуют, но не приходят в голову при поверхностном анализе.

Есть несколько хаков для решения этой задачи:

- Обычный мозговой штурм с триггерными вопросами. Годится для получения первичных гипотез задач, выгод и проблем. Их мы будем проверять на интервью и экспериментах.
- Подход «5 почему», когда вы последовательно идёте от очевидных проблем до более глубоких, постоянно задавая вопрос «почему?». Например, вы знаете, что у предпринимателя уходят клиенты. Почему уходят? Потому что недовольны сервисом. Почему недовольны? Потому что продавцы хамят. Почему продавцы хамят? Потому что не понимают, как обращаться с клиентом. Вот эту проблему уже можно решать.
- Сегментация потребителей и углубленное изучение специфических для сегмента задач, целей и проблем. Например, выбрав молодых мужчин как сегмент потребителей услуг красоты, можно создать нишевое предложение — барбершоп.
- Анализ опыта потребления конкурирующих продуктов и выяснение барьеров и побочных эффектов. В тех же барбершопах некоторым клиентам доставляет дискомфорт тесный контакт с другим мужчиной. Поэтому начинают появляться барбершопы, где клиентов стригут девушки.
- Анализ опыта потребления на других рынках, например зарубежных, и сценарное планирование. Многие бизнес-модели, которые сейчас на пике популярности, за рубежом уже эволюционировали и породили новые проблемы потребителей. Пути, которыми двигались эти бизнес-модели, можно изучить.

Каждый из этих методов даёт некоторый набор гипотез о потребителе. Но гипотезы еще нужно подтвердить. Для этого есть два подхода:

- Проблемное интервью, на котором мы задаём пользователю специальные вопросы. Анализируя, что и как пользователь отвечает, можно сделать вывод подтвердилась ли гипотеза.
- Эксперименты на прототипах. Некоторые гипотезы невозможно проверить на интервью. Люди могут говорить одно, а в жизни вести себя совсем иначе. Такие гипотезы мы проверяем на экспериментах. Например, вводим тестовый функционал для небольшой группы пользователей или даём на пробу демо-образец.

Резюме:

- Сборка нового ценностного предложения обычно начинается с клиентского сегмента;
- Клиентский сегмент заполняется задачами, проблемами и выгодами;
- Задача — найти значимые проблемы и выгоды;
- Гипотезы нужно подтверждать на практике.

Дизайн нового продукта — от шаблона к прототипам

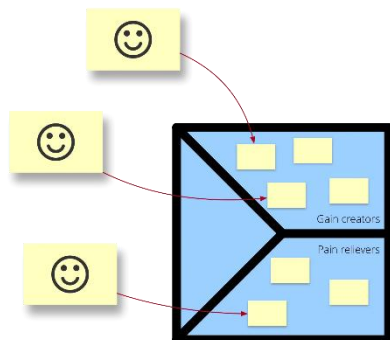
После того, как собран и проверен шаблон клиентского сегмента, мы начинаем проектирование ценностного предложения. Для этого мы описываем свойства будущего продукта, которые

позволяют ему решать проблемы нашего клиентского сегмента и помогают ему достигать выгод.

Создавая свойства, мы задаёмся вопросом:

- Какая особенность продукта может решить эту проблему потребителя?
- Как это можно реализовать? Каких ресурсов потребует?
- Насколько эту особенность будет сложно повторить конкурентам?

Особенности продукта собираются в левую часть канвы ценностного предложения в блоки Gains Creators и Pain Relievers. Вместе взятые они составляют Marketing Requirement Document (MRD) — основной набор требований к продукту, которым будет руководствоваться разработка и дальнейший сбытовой маркетинг.



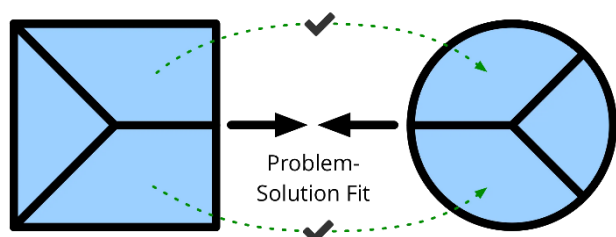
Сборка ценностного предложения

Как и в случае с клиентским сегментом, мы двигаемся от общего взгляда к глубокой проработке. И если общий взгляд вполне можно получить на мозговых штурмах, то для детальной проработки особенностей продукта, требуются хаки:

- Сосreation-сессии. Это такие мероприятия, которые мы проводим вместе с потребителями будущего продукта. Обычно найти их не составляет труда — со многими мы уже общались раньше на проблемных интервью. Поэтому когда мы добираемся до требований к продукту, у нас уже есть список ранних евангелистов, которые с удовольствием включаются в процесс и работают вместе с нами. На сессиях продукты создаются вместе с потребителями. Есть так называемые «инновационные игры», которые помогают людям создание видение идеального продукта. Их популяризировал Люк Хоманн в своей книге Innovation Games. Основное отличие этих сессий от проблемных интервью в том, что на интервью мы говорим о клиенте, не касаясь продукта. На сессии же важно опираться на уже известный опыт и вместе создавать продукты.
- Анализ решений из других рынков. Этот хак более известен, как «промышленный шпионаж». Да, банальная аналитика чужих решений. Но, конечно, его мы используем как основу для улучшения, а не просто копируем.

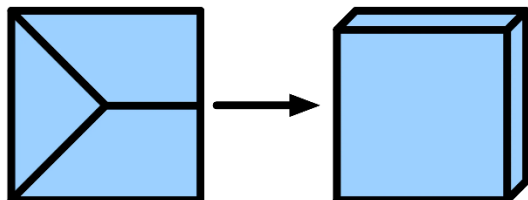
Собирая ценностное предложение, важно добиться соответствия продукта и клиентского сегмента. Напомним, у нас уже есть описанный и верифицированный профиль клиента, содержащий проблемы и выгоды. Мы проверяем, решает ли наше ценностное предложение эти проблемы и помогает ли достичь выгод. Тут есть нюансы. Например, если проблема звучит как «не хватает знаний для продвижения бизнеса», то решением этой проблемы будет обучение, а не сервис для продвижения.

Это соответствие называется «проблема-решение» (problem-solution fit).



Problem-Solution Fit

После того, как соответствие на бумаге достигнуто, продукт начинает воплощаться в ранних прототипах. Это хорошо визуализированные или частично реализованные части продукта. Они позволяют перевести абстрактный шаблон в нечто осязаемое и проверить его на реальных людях. Для цифровых продуктов это могут быть лендинги с предзаказом или приложения с урезанным функционалом. Для реальных продуктов — презентации, инженерные прототипы, демо-образцы. Главное, чтобы в прототипе были реализованы особенности продукта, которые мы собрали в ценностное предложение. Создавать прототипы критично важно, потому что ценностное предложение обязательно нужно доказывать, иначе потребитель будет чувствовать себя обманутым. Поэтому на прототипах компания прежде всего учится реализовывать свои обещания на деле.

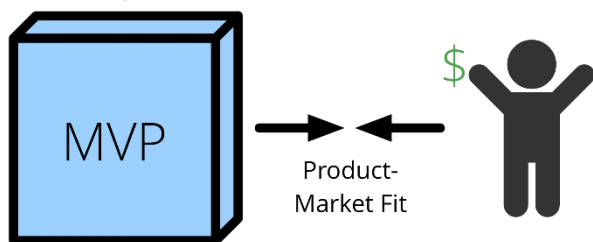


Прототипирование ценностного предложения

Этот этап чем-то похож на выпуск MVP, однако это еще не он. Прототипы не выходят на рынок, они тестируются на небольшой группе людей, которые на это согласились. Эти люди хорошо понимают, что держат в руках не готовый продукт, а всего лишь прототип. И их задача — попробовать его и дать обратную связь, насколько продукт решил их проблему, понятен ли он, удобно ли им пользоваться. Этот этап называется тестированием прототипов.

После нескольких циклов тестирования на прототипах, продукт, наконец, выходит в рынок. Вот это уже MVP — первая версия продукта. Она имеет подтвержденную ценность, и не выглядит дешёвой поделкой на коленке, которой стартаперы тестируют рынок. Да, продукт еще не идеален, но эта неидеальность видна, если сравнивать продукт со его же будущими версиями. Мы не реализовали весь потенциал, который могли бы, много фиш еще запланированы, но продукт, который вышел на рынок, уже имеет убедительную причину его купить.

Как только MVP начинает продаваться, достигается соответствие «продукта и рынка» (product-market fit).



Product-Market Fit

Сформулированное ценностное предложение — важный артефакт. Он пригождается когда нужно поставить задачу подрядчикам по маркетингу или когда нужно быстро объяснить новому сотруднику, ради чего работает компания. Его удобно хранить в виде лонг-питча. Это такой специальный одностраничный документ, который описывает целевую аудиторию, проблему, решение и доказательства решения. Вы можете скачать [наш шаблон лонг-питча](#) и использовать его как хотите.

Резюме:

- Особенности продукта должны соответствовать проблемам и выгодам клиентского сегмента
- После достижения соответствия на бумаге, продукт воплощается в ранних прототипах и проверяется на реальных потребителях, которые дают обратную связь.
- На основе обратной связи прототипы дорабатываются (таких итераций может быть несколько), после чего на рынок выпускается первая версия продукта — MVP.

- Ценностное предложение оформляется в документ Long Pitch, в котором указаны клиенты, проблемы, решения и доказательства.

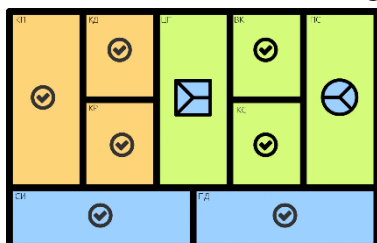
Разработка ценностных предложений

Подробное руководство по работе с Value Proposition Canvas.
medium.com

Шаг 3. Бизнес-модель и изменения

Теперь, когда у нас есть подтверждённое ценностное предложение, мы начинаем строить вокруг него бизнес-модель. На самом деле, если первые продажи MVP состоялись, то бизнес-модель тоже уже есть. Её нужно только формализовать, чтобы было понятно, над какими изменениями нужно работать. В рамках этой статьи мы не будем подробно останавливаться на сборке бизнес-модели — это тема для будущих публикаций, слишком уж она объёмная. Поэтому просто мельком заглянем в замочную скважину этой кухни:

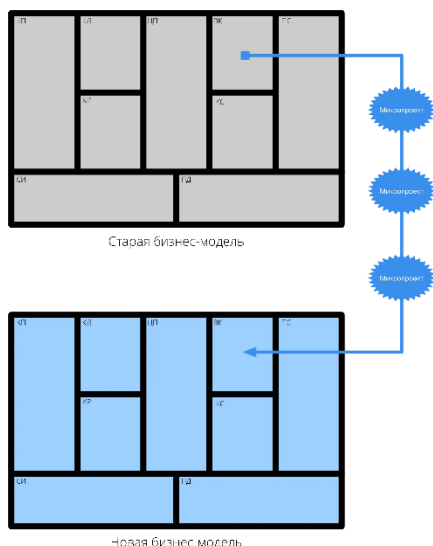
- Ценностное предложение должно быть доставлено до потребителя. В результате доставки должны установиться релевантные отношения (то есть вклад каждой стороны должен быть адекватный) между клиентом и компанией. Ключевой вопрос для этой части: можем ли мы доставлять и поддерживать ценностное предложение потребителям?
- Ключевые действия и ресурсы должны быть направлены на доказательства ценностного предложения. Иначе говоря, ваш продукт должен быть принципиально реализуем и вы должны хорошо понимать, что вам будет стоить реализация ценностного предложения, и какие действия нужно для этого сделать. Для этого блока есть отдельные методики, например QFD или Хосин Канри. Если вы понимаете, что своими силами поддерживать ценность не получается — задействуйте партнёров. Это могут быть поставщики или аутсорсеры. Ключевой вопрос для этой части бизнес-модели: можем ли мы реализовывать наше ценностное предложение при кратном увеличении спроса?
- Unit-экономика должна сходиться. Ключевой вопрос: перекрывают ли потоки доходов статьи расходов?



Согласованная бизнес-модель

Понятно, что новую бизнес-модель мы используем как ориентир для изменений (при этом помним, что мы всегда стремимся к следующему, а не финальному состоянию). И здесь возникает главный вопрос — а как же менять компанию?

Оказывается, компании меняются через внутренние микропроекты. Для каждого из блоков модели можно придумать ряд таких небольших проектов, которые последовательно переведут блок из текущего состояния в новое. Например блок «каналы доставки» мы можем поменять с помощью внедрения отдела контента, найма редактора и т.д. Это всё микропроекты, они живут по законам проектного менеджмента: имеют измеримый результат, роли, ответственности, план и т.п.



Микропроекты

Получается, что даже если ключевая деятельность компании сугубо процессная, то изменения всё равно реализуются через проекты.

Резюме

- Ценностное предложение должно быть встроено в прибыльную бизнес-модель
- Бизнес-модель используется как ориентир при изменениях организации.
- Изменения проходят через микропроекты. Каждый микропроект приближает блок текущей модели к блоку целевой бизнес-модели.

Заключение

Системный подход к созданию и развитие ценности продукта действительно возможен. Если вы внедрили его в компании, то вы свели к минимуму риск создать ненужный рынку продукт. Главное — не торопиться и скрупулёзно выполнять все шаги, не бояться ошибиться, перепроверять себя и очень глубоко осознавать каждый шаг. Тогда у вас не будет неприятных сюрпризов, вроде «вот мы вложили все деньги в рекламу, а они не покупают». Если вы хорошо понимаете процесс, вы во-первых, никогда не вложите все деньги в рекламу, а во-вторых в случае неудачи сможете отмотать весь путь назад, вплоть до самых базовых моделей, и понять, где вы ошиблись. Ну а если вы понимаете, где ошиблись, значит всё можно исправить. И построить-таки свой востребованный продукт.

Источник: <https://medium.com/cxbureau/product-guide-7207a8420842>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие и критерии классификации новых товаров.
2. Алгоритм разработки новых товаров..
3. Коммерциализация новых товаров.
4. Модификация существующих товаров.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;

- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Вовлечение потребителей	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Принцип МАУА	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

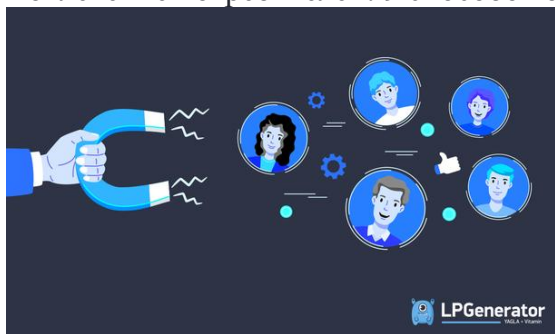
Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1 Анализ результатов исследований и принятие решения

Текст лекции.

Вовлечение потребителей: 9 способов от известных брендов



Ежедневно пользователи видят от 4 000 до 10 000 маркетинговых сообщений, из которых обычно помнят не более пяти. В памяти остаются те из них, которые привлекли внимание и пробились через инфошум.

При таких условиях бизнес должен использовать все свои возможности, чтобы запомниться покупателям. Одна из них — маркетинг вовлечения.

Маркетинг вовлечения — это многоканальные стратегии взаимодействия с каждым пользователем в отдельности. Бренд разными способами вовлекает аудиторию в диалог, чтобы пользователи начали говорить о бренде.

В этой статье мы на примерах известных брендов разберём, какие существуют способы вовлечения клиентов.

Нет времени читать статью? Найдите ее в нашем [телеграм-канале](#) и сохраните себе в «Избранном» на будущее.

Содержание статьи

[Что такое маркетинг вовлечения?](#)

[Четыре принципа маркетинга вовлечения](#)

[Почему важно вовлекать покупателей в бренд?](#)

[9 способов повысить вовлеченность клиентов на примерах](#)

[Персональные предложения для клиента: Кинопоиск и Ozon](#)

[Кампания в социальных сетях: Wendy's, Сода пищевая и Пышечная 1958](#)

[Общий чат](#)

[Прямые трансляции и записи эфиров: эксперты Коган и Бубновский](#)

[Геймификация системы лояльности: Бургер Кинг и Читай-город](#)

[Упрощенный заказ: Л'Этуаль против Wildberries](#)

[Рассылка push-уведомлений: Яндекс, СберМаркет и Перекресток](#)

[Конкурсы и интерактивы: Райффайзен, VC и Lego](#)

[Благотворительность](#)

[Как измерить вовлеченность клиентов?](#)

[Вовлечённость поста](#)

[Вовлечённость маркетингового мероприятия](#)

Что такое маркетинг вовлечения?

Маркетинг вовлечения построен на персонализации. Вместо того, чтобы подгонять клиентов под некий образ, бренд сосредоточивает усилия на том, чтобы построить более глубокие личные отношения с каждым покупателем в отдельности.

В 2014 году Coca-Cola решила развернуть маркетинговую кампанию, в которой особое внимание уделила персонализации. В рамках кампании #ShareACoke бренд заменил знаменитый логотип именами людей.

Coca-Cola выпустила 250 этикеток с самыми распространёнными именами сначала в США, а затем и в других странах. Всякий раз, когда покупатель видел на бутылке своё имя, он чувствовал себя частью истории Coca-Cola.

Чтобы еще больше повысить персонализацию, фирма запустила инициативу, в рамках которой клиенты могли сделать собственную именную банку или бутылку. Покупателям, которые не нашли своё имя, предлагали вписать его самостоятельно.

Что в итоге? Люди искали на полках бутылки со своими именами и рассказывали окружающим о редких находках. Они были максимально вовлечены в процесс.



Изображение: [coca-colacompany](#)

Вот что делает маркетинг вовлечения:

- постепенно знакомит покупателя с брендом и формирует с ним доверительные, партнёрские отношения;
- не подгоняет покупателя под среднестатистический портрет клиента, а разбивает потенциальных покупателей на микросегменты исходя из их интересов, желаний, способов коммуникации;
- помогает понять, какие эмоции испытывают клиенты, с какими проблемами сталкиваются и какой результат хотят получить.

Четыре принципа маркетинга вовлечения

Старайтесь придерживаться этих принципов, когда будете разрабатывать свою маркетинговую стратегию.

- **Фокус на общение.** Компании, которые не общаются со своими клиентами, не знают свою аудиторию. А значит, они не могут построить долгосрочные и искренние отношения. Для вовлечения аудитории нужно спрашивать мнение клиентов и учитывать его при принятии решений.
- **Фокус на долгосрочные цели.** Клиенты при выборе товара руководствуются личным опытом и эмоциями, которые возникают при контакте с брендом. Опыт приходит со временем, поэтому внимание должно быть на долгосрочности.
- **Фокус на желаемый результат.** Нужно помогать клиенту достичь конечной цели, определив внутренние движущие силы, которые его мотивируют.
- **Фокус на эмоциях.** Нужно научиться сопереживать и слушать, чтобы понимать своего клиента и подтолкнуть его к покупке в наиболее подходящий момент.

Почему важно вовлекать покупателей в бренд?

Конечная цель вовлечения в бренд — предложить клиентам что-то более ценное, чем сам продукт. Но чтобы это сделать, нужно сначала понять, чем руководствуются клиенты при покупке. Условно покупателей делят на три категории:

- **Полностью вовлеченные клиенты.** Они рассказывают другим о вашем бренде и делают все возможное, чтобы получить конкретный продукт.
- **Безразличные клиенты.** Они нейтрально относятся к вашему предложению. Если в магазине не будет товара определённой марки, они выберут альтернативу.
- **Активно отстраненные клиенты.** Те, у кого есть негативный опыт контакта с брендом и они не хотят больше иметь с ним дело.

Задача бизнеса — постоянно увеличивать количество полностью вовлеченных клиентов и удерживать существующих. Во время экономического бума и в сезон распродаж, они делают больше всего покупок. А в периоды спада только они и будут поддерживать ваши продажи на высоком уровне.

9 способов повысить вовлеченность клиентов на примерах

Есть разные стратегии привлечения клиентов, но все они направлены на создание положительного клиентского опыта, [повышение узнаваемости](#) и значимости бренда. Рассмотрим их наиболее популярные и действенные из них.

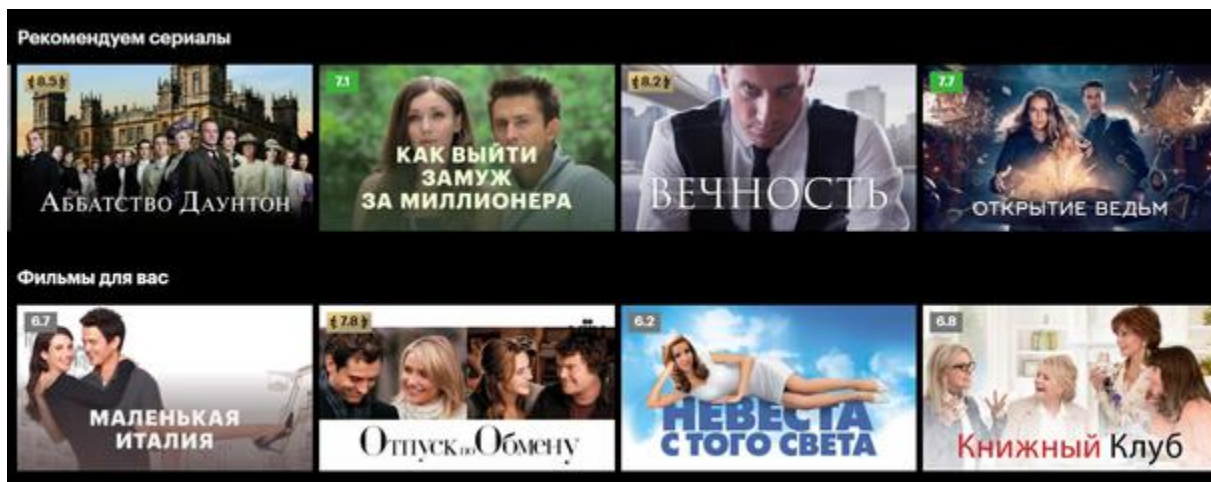
Персональные предложения для клиента: Кинопоиск и Ozon

Клиенты не хотят получать информацию о продуктах, которые им неинтересны. Вместо того, чтобы делать массовые рассылки или общие рекламные акции, проанализируйте аудиторию и [разбейте её на сегменты](#) по интересам, а затем автоматизируйте рассылку предложений с учётом этого разделения.

Собирать данные о предпочтениях можно по-разному:

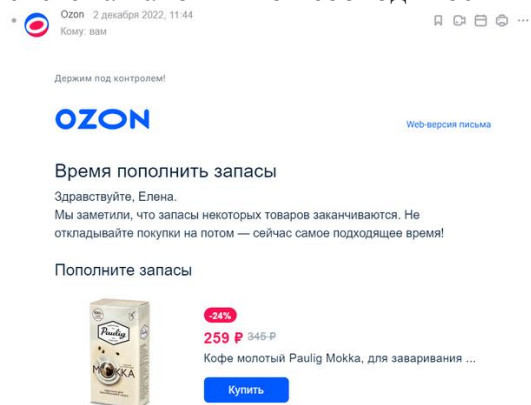
- анализировать покупательскую корзину и отслеживать данные из истории просмотров;
- спрашивать у самих покупателей через опросы и викторины;
- отслеживать реакции на посты в соцсетях по конкретным темам и т. д.

Например, Кинопоиск формирует выдачу с рекомендуемыми фильмами по поведению клиента. Сначала алгоритм отслеживает все просмотренные фильмы и фильмы, отложенные в закладки, а затем анализирует брошенные ленты. Кроме того, при оценке Кинопоиск анализирует, к какому жанру относятся фильмы.



Система выдаёт то, что, по её мнению, понравится пользователю, ориентируясь на похожие фильмы или жанры

Ozon напоминает пользователям о продукте, когда запас на исходе. Частоту покупок алгоритм определяет исходя из истории заказов. Если клиент покупал кофе в апреле и июне, система напомнит о необходимости покупки в августе.



Такие уведомления Ozon присылает только на электронную почту

Компания в социальных сетях: Wendy's, Сода пищевая и Пышечная 1958

Пользователи приходят в соцсети, чтобы пообщаться с друзьями, членами семьи и любимыми брендами. Вот что можно сделать, чтобы стимулировать подписчиков взаимодействовать с вами:

- [Придумайте идею для флешмоба и хештег](#), с помощью которого пользователи будут отмечать ваш бренд в ленте. Поощряйте самых активных: дарите подарки, записывайте видео с благодарностью, отмечайте их под постами.

Американский фастфуд Wendy's просто ретвитит посты своих покупателей. Но людям нравится внимание, поэтому эта стратегия работает.



Изображение: [twitter](#). Автор: Янг Бакс

- Попросите читателей поделиться мнением или интересной историей.

В telegram-канале «Сода пищевая» вовлекающие посты выходят каждый день. Бренд рассказывает интересные факты о продукте и лайфхаки, а затем спрашивает мнение читателей.



Бренд вовлекает подписчиков, предлагая им выкладывать скрины с собственными метками. Люди делятся опытом, как и для чего они применяют соду. Изображение: [telegram](#)

- **Запустите челлендж с подарками для своих подписчиков**, а победителей наградите публично в следующих постах.

Пышечная в Санкт-Петербурге придумала сладкий челлендж: сфотографироваться с максимальным количеством пышек в кадре.



Пример маркетинговой активности от пышечной из Санкт-Петербурга. Изображение: [instagram](#). Автор: [pyshechnaya1958](#)

Читайте также: [Клиентоориентированность: что это и как помогает бизнесу](#)

Общий чат

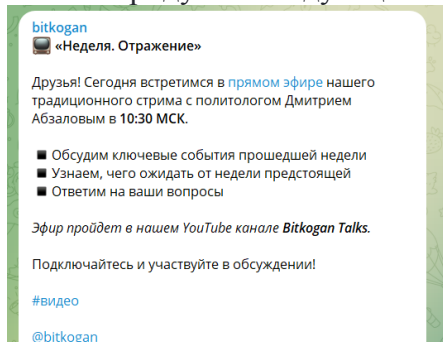
Предоставьте своим клиентам возможность свободно обсуждать бренд и продукты в группе, комментариях к постам или на отдельном форуме. Поощряйте людей делиться впечатлениями, проводите опросы, задавайте вопросы, просите оставлять отзывы и фото.

Создавайте сообщество там, где есть ваша целевая аудитория. Например, если ваши клиенты предпочитают использовать telegram, создайте канал и чат к нему, где пользователи смогут общаться на любые темы.

Прямые трансляции и записи эфиров: эксперты Коган и Бубновский

Другой способ повысить вовлеченность клиентов — создать интерактивный опыт, в котором люди захотят участвовать. Придумайте тему, которая интересна вашей аудитории, и запустите простую воронку продаж с прогревами через анонсы.

Предложите пользователям присылать свои вопросы. Если клиенты услышат что-то полезное и важное для себя, их лояльность к бренду возрастет. Кроме того, они с большей охотой придут на следующий эфир.



Эксперт по финансовым рынкам Евгений Коган каждую неделю проводит прямые эфиры с обратной связью. Изображение: [telegram](#)

Семинары можно проводить и в офлайне. Например, С.М. Бубновский, автор одноименной методики лечения, в своём telegram-канале публикует анонс презентации своей новой книги. Минус офлайн-мероприятий в том, что они недоступны для жителей из других городов.

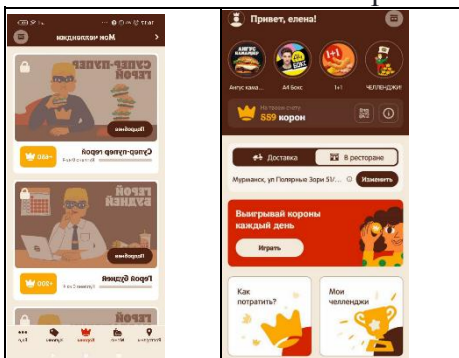


Изображение: [telegram](#)

Геймификация системы лояльности: Бургер Кинг и Читай-город

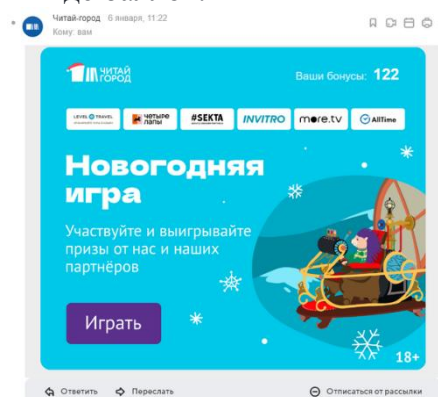
Чтобы клиенты охотнее взаимодействовали с брендом, придумайте систему поощрений. Например, игровую схему лояльности — дарите баллы, значки или жетоны постоянным клиентам за покупку, рекомендацию, участие в опросе, отзывы, репост в соцсетях или участие в любом значимом для бренда мероприятии.

«Бургер Кинг» дарит короны клиентам за каждую покупку в приложении. А пользователи, заказавшие на сумму больше 300 рублей, могут дополнительно выиграть короны в игре. Накопленные баллы они тратят на бургеры и кофе.



В «Бургер Кинг» игровая механика включает несколько этапов активности — короны за покупку, игры и челленджи

«Читай-город» предлагал клиентам новогоднюю игру со скидками от партнёров и призами в виде баллов.



Читайте также: [Что такое геймификация: как она работает, как её использовать в бизнесе и обучении](#)

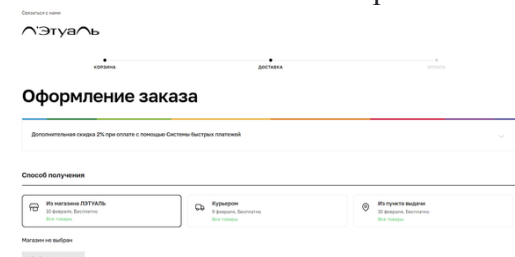
Упрощенный заказ: Л'этуаль против Wildberries

Проанализируйте с какими сложностями сталкиваются клиенты при оформлении заказа и попробуйте их устранить:

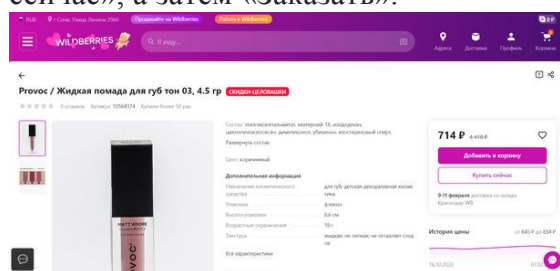
- слишком долгое ожидание разговора со службой поддержки?
- сложная система оплаты?
- ошибки при оформлении заказа?
- отсутствие ответов в соцсетях?

Иногда достаточно упростить систему заказа, чтобы улучшить весь опыт покупателя. В идеале нужно сделать так, чтобы клиенты делали заказ в один клик.

В «Л'этуаль» для оформления заказа нужно сделать пять действий: положить товар в корзину, нажать кнопку «Оформить заказ», выбрать условия доставки, нажать кнопку «Оплатить заказ» и вбить реквизиты карты.



Тот же самый товар на Wildberries можно купить в два клика: нажать кнопку «Купить сейчас», а затем «Заказать».

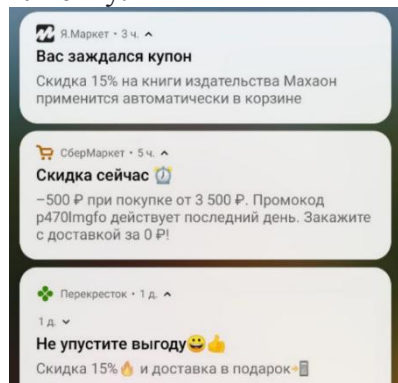


Сделать заказ на Wildberries проще. Лёгкость и простота процесса покупки повышают не только вовлечённость клиентов, но также их лояльность и количество импульсных покупок.

Рассылка push-уведомлений: Яндекс, СберМаркет и Перекресток

С помощью релевантных push-уведомлений бренд может напомнить о себе и стимулировать клиентов сделать заказ, если при рассылке сообщений учтёт их предпочтения.

Например, ритейлеры, доставляющие продукты на дом, через push-уведомления рассылают персональные промокоды и акции, которые могут быть интересны конкретному клиенту.



Читайте также: [Что такое tone of voice и как его создать: разбираем на примерах](#)

Конкурсы и интерактивы: Райффайзен, VC и Lego

Для продвинутых пользователей можно придумать что-то более сложное, чем репост или комментарий. Например, Райффайзен и VC проводили новогодний интерактив для

разработчиков. Участникам нужно было спасти праздник, восстановив таблицу с помощью навыков программирования.



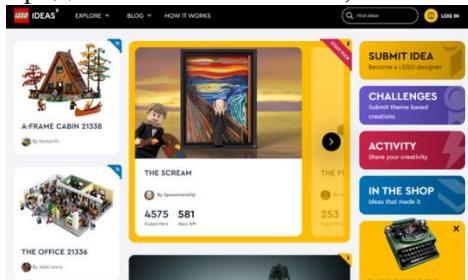
В конкурсе оценивали не только навыки программирования, но и способность творчески подходить к решению задач

Творческие конкурсы работают, потому что дают возможность пользователям выразить себя. Кроме того, такие конкурсы формируют чувство общности: даже если пользователь не предложит никаких идей, он может голосовать и комментировать чужие работы и увидеть, как бренд реализовал идею-победителя.

Постарайтесь придумать такую механику, чтобы вовлечь максимальное число людей. Сделайте несколько этапов:

- первый — сбор идей от всех участников,
- второй — выбор представителями компании нескольких лучших идей,
- третий — выбор победителя самими участниками.

Lego — отличный пример компании, которая использует маркетинг вовлечения. Бренд [спрашивает у подписчиков идеи](#) для будущих продуктов. Сначала пользователи предлагают свои эскизы, а затем голосуют за лучший.



Благотворительность

Сбор средств — это способ стать ближе к своим клиентам. Бренд может собирать деньги на жизненно важные цели и одновременно повышать узнаваемость бренда. Попросите своих покупателей сделать пожертвование или распространить информацию в соцсетях — совместные благие дела объединяют.

Читайте также: [16 главных маркетинговых показателей, которые стоит отслеживать](#)

Как измерить вовлеченность клиентов?

Постоянно измеряя вовлеченность клиентов, бренды могут узнать реакцию пользователей и оптимизировать свою работу для достижения лучших результатов.

Вовлечённость поста

Вовлечённость конкретного поста считают по реакциям — лайкам, комментариям, репостам. Понять, удался ли пост, можно [по формуле](#):

$$ER = \frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки, шеры, комментарии, сохранения)}}{\text{количество подписчиков на дату подсчёта}} \times 100\%$$

- Если нужно рассчитать вовлечённость за день, полученную цифру разделите на количество дней в периоде.

- Чтобы получить более достоверные цифры, считайте вовлечённость относительно охватов. Так вы сможете исключить из выборки неактивных подписчиков. Для этого сумму всех реакций разделите на охват.

Вовлечённость маркетингового мероприятия

Вовлечённость конкретного мероприятия можно оценить по количеству времени, проведённому на сайте, и [коэффициенту конверсии](#). Причина проста: вовлечённый человек значительно дольше изучает контент на странице и с большей вероятностью совершит целевое действие.

Источник: <https://lpgenerator.ru/blog/что-такое-вовлечение-v-brend/?ysclid=lhcg60q45h75593012>

Принцип МАУА

В 20 веке известный промышленный дизайнер Раймонд Лоуи сформулировал принцип МАУА — Most Advanced, Yet Acceptable — самый продвинутый, но приемлемый.

Суть принципа: предлагать потребителю максимально продвинутый продукт, но не настолько, что потребитель его не понимает — в таком случае продукт вызовет отторжение.

Как это относится к юридическому дизайну? Самым непосредственным образом. Если мы пытаемся слишком сильно и резко изменить документ, то есть высокая вероятность... переборщить.

Читатель опирается на свой предыдущий опыт. Если он еще ничего подобного даже близко не видел, то это вызовет эффект отторжения.

Именно поэтому периодически слышны грустные истории про переработку договора или иска: «мы так старались, все переделали, а нас высмеяли/нарутали».

Пользовательский опыт надо изменять постепенно, а также ориентироваться на исходный уровень опыта.

Если мировой судья никогда не видел трехколоночный иск, и даже двухколоночный, то возможно не стоит его сразу пугать таким документом.

При этом можно уже делать более удобную структуру, снабжать текст подзаголовками и писать энергично.

Со временем делать приложения в табличной форме... А потом и сам иск.

Постепенно уровень читателя сдвигается, и он может принять новые изменения.

Источник:

<https://pravo.hse.ru/ldlab/articles/MAYA#:~:text=%D0%92%20%D0%B2%D0%B5%D0%BA%D0%B5%20%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9,%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D1%81%D0%BB%D1%83%D1%87%D0%B0%D0%B5%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%20%D0%B2%D1%8B%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%20%D0%BE%D1%82%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Факторы и оценочные критерии конкурентоспособности товаров.
2. Аналитические методы оценки конкурентоспособности товаров.
3. Графические методы оценки конкурентоспособности товаров.
4. Матричные методы оценки конкурентоспособности товаров.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Содержание категории Customer Journey Map (CJM)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Инструкция по составлению Customer Journey Map (CJM)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

Текст лекции.

Инструкция по составлению Customer Journey Map (CJM)

Компании не всегда задумываются о том, какой путь проходит клиент, чтобы приобрести продукт или услугу. С какими проблемами сталкивается, чего ему не хватает, какие чувства он испытывает на пути к покупке.

Это все связывается в сложную и длинную цепочку, где каждый элемент важен. Если что-то пошло не так на одном из этапов, цепочка прерывается, клиент начинает новый путь, но уже с конкурентами.

В маркетинге для анализа поведения клиента используется Customer Journey Map (CJM), можно перевести как “карта путешествий клиента”. Он позволяет **оптимизировать процессы работы и снизить рекламные бюджеты.**

Summary по теме CJM и SEO:

Что такое CJM?

CJM - это история взаимодействия клиента с компанией от момента осознания потребности и до повторных коммуникаций. Составляется от имени покупателя с учетом его целей, чувств, эмоций, страхов, ценностей.

В чем ценность CJM?

CJM позволяет компаниям понять кто их целевая аудитория, почему она покупает или уходит к конкурентам. Какие существуют точки контакта с клиентом и почему они работают/не работают. Голос специалиста колл-центра, наличие свободных парковочных мест, способ передачи визитки могут сыграть решающую роль в выборе клиента. Компании часто работают на поток и не задумываются о небольших, но значимых деталях. CJM помогает увидеть слабые места, найти пути их решения, внедрить полученные результаты.

Как составить CJM?

Шаг 1 Соберите информацию

Важно понять, кто он - ваш клиент.

С помощью опросов, исследований, анкет, наблюдений и иных способов сбора и анализа информации определите ЦА. Дальше есть 2 пути развития событий:

- Из основных групп клиентов можно сформировать ядро и работать с ним. Получается усредненный клиент и его карта путешествия.
- Возьмите несколько персонажей и под каждого их них составьте CJM. В этом случае работа будет более долгая и трудоемкая, но вы детально проработаете каждого клиента, его страхи и пути их преодоления.

Можно более детально изучить продукт (услугу): характеристики, отзывы покупателей, конкурентов. Проанализировать цели покупателей и их ожидания.

На этом этапе важно получать информацию как от самих клиентов, так и от сотрудников, которые каждый день контактируют с ними и получают обратную связь.

Шаг 2 Определите стадии, которые проходит клиент

Взаимодействие с клиентом может начаться раньше, чем он зайдет магазин или офис. До этого он мог посетить сайт, пообщаться с друзьями, увидеть рекламу. На каждом этапе у него будут разные цели, ожидания и проблемы, поэтому важно их разграничить.

Я предлагаю выделять следующие стадии:

- формирование осведомленности, поиск информации;
- выбор компании;
- изучение сайта/ соц. сетей/ интернет-магазина компании;
- посещение магазина (если он есть);
- заключение договора (покупка онлайн/оффлайн);
- доставка, установка, гарантийное обслуживание (курьерская доставка/самовывоз/доставка по почте/покупка в оффлайн магазине/сборка или установка/гарантия/обмен);
- поддержание контакта, привлечение покупателя для повторных покупок.

Выбирайте подходящие под ваш тип бизнеса стадии.

Шаг 3 Определите цели, ожидания своего персонажа на каждом из этапов

Шаг 4 Определите точки контакта

Точки контакта — это разнообразные ситуации, места и интерфейсы соприкосновения клиента с компанией. Вы можете даже не догадываться насколько их много и как детально их можно рассмотреть. Для погружения в тему точек контакта советую прочитать вам книгу Игоря Манна и Дмитрия Турусина “Точки контакта”.

Точки контакта можно разделить на онлайн и оффлайн. Для меня это наиболее удобная классификация. Подумайте, где клиент пересекается с вашей организацией. Запишите точки контакта. Обращайте внимание на все, даже то, что вам кажется слишком маленьким и неважным. Чем больше пересечений вы найдете, тем детальнее сможете проанализировать пустоты, слабые места. Помните, даже отсутствие взаимодействия может быть точкой контакта.

Примеры точек контакта:

Онлайн:

- Реклама (контекст, сео, таргет);
- PR

- Сайт
- Блог
- Соцсети
- Выдача в поисковике
- Чат бот
- Онлайн помощник
- Отзывы
- Мобильное приложение
- Email-рассылка
- Форумы
- Интернет-магазин

Оффлайн:

- Реклама (билборды, листовки, в транспорте, в ТЦ, ТД)
- PR
- Офис (если есть) : навигация, месторасположение, парковка, вывеска, приветствие, атмосфера, чистота, наличие переговоров, напитки
- Сотрудники: внешний вид, голос, улыбка, коммуникабельность, знания, бейджик
- Магазин: до магазина, сам магазин, в магазине
- Продукция: дизайн, название, упаковка, цены, инструкция, гарантии
- Технологии
- Бизнес-процессы
- Материалы:
 - рекламные (визитки, ценники, вывески)
 - коммерческие (прайс-лист, коммерческое предложение)
- Телефон : номера дозвона, приветствие, автоответчик, озвучка для удержания звонка, переадресация
- ТВ реклама
- Радио реклама
- SMS-рассылка

Также на этом этапе можете отметить действия клиента при взаимодействии с точками контакта и в целом на этапе.

Шаг 5 Найдите барьеры

На каждом из этапов клиент встречается с различными проблемами. Они мешают ему перейти на следующий этап. Никто не любит трудности, хочется, чтобы все было быстро, легко, доступно. Поэтому чем больше барьеров, тем больше вероятность снижения лояльности к бренду и ухода к конкурентам.

Например, Василий искал жене подарок на День рождения. Он захотел заказать огромный букет роз с доставкой на дом. Залез в Интернет, ввел свой запрос и перешел на пару первых строк в поиске. Если ваш сайт на второй странице поисковой системы, какова вероятность, что Василий увидит его? (барьер - сайт находится далеко в поисковой системе)

А потом Василий поехал в магазин упаковки подарков. Вначале он ждал 10 минут, пока специалист куда-то отошла. А когда она вернулась, то нагрубила клиенту. Он недовольный уехал оттуда, так и не упаковав подарок жене. (барьер - отсутствие сотрудника, ожидание, грубый консультант).

Чтобы узнать о барьерах, нужно поставить себя на место клиента: думать и действовать как он. Только тогда вы узнаете о проблемах, с которыми сталкивается. Также хорошо проанализировать обратную связь, отзывы, жалобы, пожелания клиентов.

Шаг 6 Определите способы преодоления барьеров

Вы проделали огромную работу (от 2 дней до пары недель) и подошли к этапу, который позволит вам выйти на новый уровень. Здесь помогут мозговые штурмы, новые сотрудники, у которых еще “не замылен глаз”, привлечение внешних консультантов. Ваша задача - сделать путь клиента максимально комфортным, снизить количество барьеров к минимуму. Возможно,

придется от чего-то отказаться, реорганизовать работу, ввести новые институты и инструменты.

Будет полезно оценить ваши финансовые возможности для проведения изменений. Возможно, понадобится выделить первоочередные нововведения, на которые есть бюджет, а чуть позже закрыть другие пустоты.

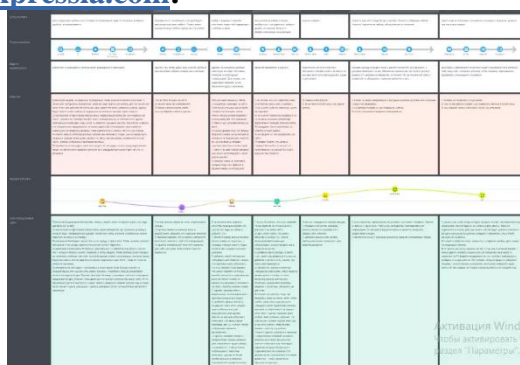
Шаг 7 Выберите дополнительные показатели

Для кого-то будет достаточно выбранных показателей. Но если вам хочется - добавляйте. Рассмотрите задачи маркетолога на каждом из этапов, эмоции клиента, KPI. Возьмите за основу все, что приблизит вас к клиенту, позволит выстроить модель контакта.

Шаг 8 Визуализируйте

Представьте всю полученную информацию в удобном для вас виде. Можете использовать Google Таблицы, [Touchpoint Dashboard](#) (платно), [Canvanizer](#) (бесплатно), [Realtimeboard](#) (бесплатно до 4 участников), [uexpressia.com](#) (бесплатно карта видна создателю, можно создать 1 карту бесплатно), [realtimeboard.com](#) (бесплатно до 3 карт).

uexpressia.com:



<https://uexpressia.com/export/p/vlUg0/m/6ZbFG.png?theme=default&isExport=true&isBranding=false>

Canvanizer:



Google таблица:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bNloU4Ac1b8kI2MN1vs8xHOWHeRiE1dXkQ36COSN-WA/edit#gid=0>

Цели	Формирование понимания сути и функций ЖЦТ	Знать и уметь различать каналы взаимодействия	Уметь составлять карту взаимодействия	Уметь составлять карту взаимодействия	Уметь составлять карту взаимодействия	Уметь составлять карту взаимодействия	Уметь составлять карту взаимодействия
Задачи	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции	Определить каналы взаимодействия и их функции
Методы	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия	Лекция, семинар, практические занятия

Источник: <https://vc.ru/marketing/96029-instrukciya-po-sostavleniyu-customer-journey-map-cjm?ysclid=lhcgdqrpfh362928903>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие и виды ЖЦТ.
2. Модель ЖЦТ. Стратегические следствия и ограничения модели.
3. Понятие и порядок разработки стратегии позиционирования товаров на рынке.
4. Построение карты восприятия и оценка позиции торговых марок по картам восприятия.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Баланс интересов пользователя и бизнеса.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

3	Карты пути сотрудников.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
---	-------------------------	--

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Текст лекции.

Баланс интересов пользователя и бизнеса.

Качественный клиентский сервис – серьезное конкурентное преимущество в сфере e-commerce. Это главный стратегический фактор, оказывающий влияние на прибыль. Если компания не придерживается высоких стандартов в данном направлении, ей не избежать оттока клиентов и падения финансовых показателей. Обслуживание должно быть безупречным. При этом его необходимо постоянно пересматривать, контролировать и улучшать.

Навыки профессионального сотрудника службы поддержки

Впечатление покупателя от интернет-магазина во многом зависит от профессионализма сотрудников службы поддержки. Именно они взаимодействуют с клиентами в первую очередь после сайта. Крайне важны правильная манера общения персонала, умение презентовать товар и преподнести его преимущества, способность решать конфликтные ситуации.

Список обязательных навыков:

1. **Внимание.** Необходимо уделять полноценное внимание каждому отдельному клиенту, прислушиваться к мнению, следить за выражениями и речью, откликами. Иногда пользователи высказываются не напрямую или не совсем корректно. В таких случаях следует мыслить глубже и стараться предугадывать посыл.
2. **Сдержанность.** Сотрудник должен быть максимально сдержанным даже в самых сложных ситуациях. Нужно терпеливо выслушивать пожелания, потребности и проблемы покупателя, детально разбираться в каждом вопросе и предлагать уместные компетентные советы. Существуют разные категории людей. Однако указывать на дверь, так и не разрешив проблему, стоит лишь в крайних случаях (агрессивное поведение, неадекватные требования и запросы).
3. **Уравновешенность и стрессоустойчивость.** Представители службы поддержки должны сохранять спокойствие и не выходить из стандартной рабочей колеи в любой ситуации, в том числе и под давлением.
4. **Лаконичность.** Любая проблема целевой аудитории требует четкого и оперативного решения. Не стоит отягощать покупателя отвлеченными историями и размытыми формулировками. Правильный подход к проблеме – это полезные и краткие рекомендации. Работник должен говорить простым и понятным языком, без сложной терминологии, которую можно неверно истолковать.
5. **Глубокие познания продукта.** Квалифицированный специалист всегда досконально знает продукт – его характеристики, преимущества, принципы работы. Это

обязательное условие. Отсутствие таких знаний у персонала вызывает недоверие ЦА и плохо сказывается на репутации компании.

6. **Позитивный настрой.** Разговорная речь персонала должна быть позитивной, содержать мягкие располагающие формулировки с фокусом на заботу о клиенте. Пример нейтрального ответа: «Отправка заказа невозможна, так как товар отсутствует на складе». Добавляем положительную тональность: «К сожалению, мы не можем отправить товар сейчас. Но непременно зарезервируем его для вас и оповестим, как только он появится на складе». Разумеется, что второй вариант работает эффективнее.
7. **Рациональная оценка времени.** Нужно уделять клиенту достаточно внимания, но не переходить определенную грань. Если вопрос пользователя находится вне компетенции сотрудника, лучше передать его более опытному коллеге или вежливо сообщить об этом собеседнику. Терять время и задерживать ответы на другие вопросы в подобных случаях нецелесообразно.
8. **Способность читать эмоции.** Банальное непонимание часто приводит к потере клиента. Поэтому необходимо владеть основными принципами поведенческой психологии и чувствовать эмоциональное состояние виртуального собеседника. Распознать его тип можно, прислушиваясь к деталям разговора. Это поможет найти индивидуальный подход и персонализировать процесс.
9. **Дар убеждения.** Язык – одна из составляющих искусства убеждения. Квалифицированные специалисты умеют убеждать клиента в том, что компания может предложить лучший вариант решения проблемы.
10. **Упорство.** Готовность к добросовестной проработке задач – главное качество представителя службы поддержки. Нужно превосходить ожидания и предоставлять помощь в тот момент, когда она необходима.
11. **Актерские задатки.** Периодически в любом онлайн-магазине случаются сбои, неполадки в системе и прочие непредвиденные ситуации. В таких условиях важно оставаться невозмутимым, уметь не подавать виду о наличии проблемы или убедить о ее скорейшем разрешении. Навыки актерского мастерства особенно пригодятся в работе с недовольными и возмущенными покупателями.
12. **Правильное закрытие сделки.** Общение следует заканчивать на позитивной ноте, сделав все возможное для решения вопроса. У покупателя должно сформироваться ощущение, что его проблема улажена или скоро решится.
13. **Стремление к саморазвитию.** Желание обучаться и совершенствоваться – навык, который необходим сотрудникам всех отделов. Без этого специалист не сможет соответствовать актуальным требованиям и запросам целевой аудитории.

При отборе кандидатов на работу в службу поддержки рекомендуем тестировать их на наличие этих навыков, задавать наводящие вопросы, которые позволят оценить потенциальные способности. **Имеет смысл держать под контролем и старых сотрудников.** Лучший вариант – мотивация на более качественное выполнение задач и обучение необходимым профессиональным умениям. Разберем эти аспекты подробнее.

Обучение и мотивация персонала

Персонал – лицо компании. Успех наиболее вероятен в команде, каждый участник которой искренне любит свою работу, удовлетворен вознаграждением за труды и настроен на высокий результат. **На слаженность в коллективе влияет здоровая атмосфера, достаточный уровень вовлеченности и мотивации, наличие вдохновляющих целей.**



Факторы вовлеченности и мотивации сотрудников

Одна из ключевых задач руководителя интернет-магазина – разработать и внедрить эффективную систему мотивации для команды. Мотивирующие факторы побуждают сотрудников улучшать качество работы и уровень обслуживания покупателей.

Что конкретно стоит предпринять:

- озвучивать общие цели, идеи и ценности бренда;
- ставить акцент на роли каждого сотрудника в реализации целей;
- проводить регулярные встречи, собрания, совещания, поддерживая открытый диалог с подчиненными;
- выявлять слабые точки и приоритетные направления для развития;
- разработать программу поощрений;
- оценивать текущую деятельность персонала по методу «360 градусов» (каждый работник проверяется на соответствие занимаемой должности в процессе опроса его окружения – непосредственного начальника, коллег, клиентов).

Поощрять сотрудников нужно за конкретные заслуги и достижения. Наградой может быть публичная благодарность, звание лучшего работника, материальные и нематериальные бонусы, подарки. В качестве нематериальных стимулов предоставляют медицинские страховки, туристические путевки, абонементы в фитнес зал, билеты в кино, на разные курсы и семинары с перспективой карьерного роста. Мотивационная программа предусматривает и организационные нюансы – обустройство рабочих зон и уголков отдыха в офисе, открытие столовой, спортивных залов.

Персонал, который замотивирован на результат и обеспечен комфортным рабочим местом, работает гораздо эффективнее, чем сотрудники компаний, не практикующих методы стимулирования. Системы мотивации способствуют увеличению прибыли компании, формируют здоровый дух соперничества и развивают творческий потенциал.

Второй важный аспект – непрерывное систематическое обучение. Любые знания следует постоянно оттачивать и совершенствовать. Это касается и тех специалистов, которые уже введены в курс дела, владеют базовыми навыками и показывают неплохие результаты.

Главные цели учебы – улучшение текущих навыков и получение новых знаний. Для **повышения профессионализма персонала используются разные методы обучения:**

- конференции;
- семинары;
- онлайн-курсы;
- деловые игры;
- тренинги;
- мозговые штурмы с моделированием проблемных ситуаций;
- чтение специализированной литературы.

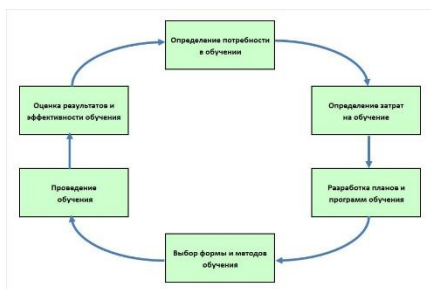


Схема процесса обучения персонала

На чем сосредоточить внимание работников службы поддержки:

- теоретические, методические и практические знания, необходимые для выполнения непосредственных обязанностей;
- навыки применения полученных знаний;
- выработка сознательного самоконтроля;
- нормы и характер поведения на рабочем месте;
- коммуникабельность;
- техники убеждения покупателей;
- правила переписки и живого общения;
- метрики клиентской удовлетворенности.

За новыми сотрудниками желательно закреплять опытных наставников, которые помогут им освоить базовые умения. Для поддержания нормальной работы требуется постоянное развитие: постановка измеримых целей на ближайший период, составление и внедрение планов модернизации. Изменять и улучшать стоит применяемые стандарты обслуживания, структуру отдела, каналы коммуникации, рабочие инструменты, процедуры, процессы и стандарты.

Развиваться в правильном направлении помогут четкие регламенты общения с клиентами, база знаний с актуальной информацией о товарах/услугах компании. Раз в полгода-год стоит проводить переаттестацию с обязательной проверкой основных теоретических знаний.

Способы улучшения взаимодействия с клиентами

Прежде чем работать над оптимизацией модели взаимодействия с целевой аудиторией, нужно определить текущие слабые места. Для анализа качества обслуживания в интернет-магазине подойдут такие методы:

1. Опросы потребителей.
2. Услуга «тайный покупатель».
3. Прослушивание звонков.
4. Проверка тикетов.
5. Просмотр переписки в онлайн-чатах.
6. [Сбор отзывов](#) о работе интернет-магазина.



Пример заключительного отчета операции «тайный покупатель»

Далее приведем примеры эффективных способов поддержания стабильности и достойного уровня сервиса, которые применимы во всех нишах онлайн-бизнеса.

Качественная коммуникация

Первый и самый главный шаг, ведущий к улучшению взаимодействия с клиентами – качественная обратная связь. Подключайте больше современных каналов коммуникации:

- email;

- онлайн-чат;
- систему тикетов;
- веб-формы;
- телефонию;
- мобильные приложения;
- мессенджеры;
- социальные сети.

Дайте потребителям достаточный выбор и обеспечьте мощную информационную поддержку. Также нужно позаботиться о постоянной доступности заявленных каналов. **Разместите контакты в отдельном разделе сайта, оставьте возможность для связи с руководством.**

Распределите нагрузку между менеджерами так, чтобы они могли оперативно обслуживать запросы. **Не заставляйте покупателя долго ждать:** это вызывает раздражение и сильное недоверие к компании. Следствие длительного ожидания – потери целевого трафика и масса негативных отзывов в сети. В быстрых ответах нуждаются все вопросы, а не только те, которые заданы в режиме реального времени.

Интерес к мнению клиентов

Неподдельный интерес к жизни и мнению клиента – основной ключ к выстраиванию доверительных отношений. **Компания должна проявлять максимальное участие и вовлеченность:**

- интересоваться настроением;
- поздравлять с праздниками;
- желать хорошего дня, успехов в работе, достижения новых высот;
- периодически предлагать индивидуальные скидки и бонусы.

Чтобы обеспечить персонализированный подход, нужно заводить «досье», в которых будет собрана вся необходимая информация на каждого покупателя. **Добавляйте данные в CRM-систему и фиксируйте важные даты в календаре.**

Как понять, нужна ли мне CRM?

CRM для вас, если	CRM не подойдет, если
У вас есть отдел продаж, и работа с клиентами основана на телефонных звонках, письмах и встречах. Историю общения нужно хранить в одном месте, чтобы постоянно привлекать новых людей и выстраивать с ними долгосрочные отношения. Например, CRM-система с интегрированной телефонией идеально подходит для интернет-магазинов или оптовых компаний.	Вы владелец розничного магазина, и не заинтересованы в выстраивании долгосрочных отношений с клиентами, не звоните и не пишете письма, не отправляете SMS-уведомлений. Или же, если вы работаете по долгосрочным контрактам, завязанным на личных знакомствах. Здесь не поможет ни одна программа, прибыль зависит исключительно от опыта менеджера.

Кроме того, стоит собирать обратную связь:

- задавать покупателям открытые вопросы, требующие развернутого ответа;
- интересоваться пожеланиями, возражениями, уровнем удовлетворенности сервисом и продуктом;
- спрашивать, все ли клиенту понятно, остались ли невыясненные моменты;
- просить оценить сервис компании по 10-бальной шкале;
- рассчитывать индекс лояльности и вероятность положительных рекомендаций.

Просвещение покупателей

Развивать нужно не только сотрудников, а и клиентов интернет-магазина. Просвещая аудиторию, компания начинает говорить с ней на одном языке. Так отпадает множество необъективных возражений, становится легче донести необходимую информацию.

Развитие происходит через двусторонний диалог и публикацию полезных материалов:

- статей;
- рекомендаций по выбору;
- обзоров новинок;
- информации об особенностях товара/услуги;
- ссылок на электронные книги и экспертный контент в сети.

Обучение клиентов – дополнительная эффективная техника продаж, которая помогает повысить экспертность компании и лояльность ЦА. Особенно данный метод подходит для услуг с длительным циклом реализации в B2B сегменте.

Помимо перечисленных способов оптимизации взаимодействия с аудиторией, рекомендуем:

1. Совершенствовать и автоматизировать основные бизнес-процессы.
2. Не игнорировать негатив, качественно отрабатывать любое возражение.
3. Исключать общение по стандартным сценариям.
4. Предоставлять персоналу качественное ПО и другие профессиональные инструменты для работы.
5. Регулярно оценивать соответствие ожиданий ЦА с ресурсами и возможностями компании.

Заключение

Создание качественного клиентского опыта и систематическая работа над улучшением обслуживания – прямой путь к высокому доверию и лояльности потенциальных покупателей. **Высококласный сервис выделяет интернет-магазин на фоне конкурентов и заметно повышает процент конвертации лидов в продажи.**

Источник:

<https://www.insales.ru/blogs/university/kak-uluchshit-klientskiy-servis?ysclid=lhcgiltelf581468581>

Что такое employee journey map и зачем она нужна

Employee journey map (EJM) — это карта путешествия сотрудника. На ней изображают точки касания сотрудника с компанией: от момента первого знакомства с брендом работодателя до отзывов после увольнения.

EJM можно визуализировать по-разному:



Это краткая EJM. Чтобы с первого взгляда было понятно, какие точки касания проседают, карточки можно разделить по цветам. Зеленый цвет — касание проходит без проблем. Желтый — нужны незначительные доработки. Красный — многие сотрудники говорят о проблемах, нужно срочно что-то менять

Цель сотрудника	Наим		
	Найти работу		
	Точки касания	Проблемы	Решения
Поддача резюме			
Интервью	После технического интервью 30% кандидатов не выходят на связь, даже если успешно прошли этап		<ol style="list-style-type: none"> 1. Изменить структуру интервью: начать с описания задач на должности и вопросов по компетенциям, чтобы расположить кандидата. Ответственный — рекрутер Иванова О. 2. Уменьшить количество кейсов, которые нужно решить кандидату на техническом интервью, с 3 до 2. Ответственный за составление новых заданий — тимлид разработки Петров Н. 3. Приглашать на интервью только заказчика и одного представителя команды, чтобы не пугать кандидатов массовостью. Ответственный — рекрутер Иванова О.
Отказ оффера	Лояльность кандидатов к компании снижается, если они не получают обратную связь в случае отказа		<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработать шаблоны писем неподшедшим кандидатам. Ответственные — HR-менеджер Семенов Ю. и копирайтер Власов И. 2. Написать регламент для рекрутеров по обратной связи кандидатам. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. 3. Разослать регламент рекрутерам и провести общий созвон «вопрос-ответ» по новому процессу. Ответственный — руководитель HR-отдела Макова Д.
	Чаше всего кандидаты получают контрффер на текущем месте работы		<ol style="list-style-type: none"> 1. Продумать дополнительные вопросы о причинах увольнения и требованиях к новой работе для первого интервью, чтобы заранее отстроиться от контрффера. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. 2. Продумать план коммуникации с кандидатами после отклонения оффера, чтобы выявить причины отказа. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю.

Так выглядит фрагмент подробной ЕJM. Помимо этапов пути сотрудника, целей и точек касания, прямо в карте описаны проблемы и способы их решения с указанием ответственных лиц

В идеале нужны отдельные карты для каждого департамента и для ключевых грейдов. Дело в том, что жизненные циклы сотрудников в разных сферах, позициях и отделах могут сильно различаться. Также различаются представления о комфортном найме, адаптации и развитии. Так, дизайнеры охотно выполняют тестовое задание после первого контакта с рекрутером. А вот опытный разработчик, скорее всего, откажется от тестового, если его надо сделать заранее — до технического интервью.

Тоже самое и с грейдами. Необязательно дробить карты на мелкие группы: для джунов, мидлов, сениоров, тимлидов. Но как минимум стоит отделить линейных сотрудников от топ-менеджеров.

Главная задача составления ЕJM — не нарисовать красивую картинку, а выявить боли сотрудников на каждом этапе взаимодействия с компанией.

Как использовать employee journey map

Для реализации HR-стратегии. Например, стоит цель — проработать методы удержания сотрудников. ЕJM позволит разобраться, почему люди остаются в компании и по каким причинам увольняются. По результатам исследования можно предложить варианты, как снизить текучесть.

Для оценки найма, адаптации и развития сотрудников. Работодатель может составить подробнейшие регламенты о том, как искать, онбордить и учить сотрудников. Но не факт, что все процессы будут работать в точности так, как описано в документах. ЕJM демонстрирует это расхождение между ожиданиями и реальностью, а также помогает вовремя реагировать на проблемы.

Для защиты идей перед руководством. ЕJM может стать повесткой встречи эйчара с топ-менеджерами. Например, компания не вкладывает ресурсы в развитие сотрудников, поэтому увольняются ценные специалисты. Эйчар может подсветить проблему прямо в карте и предложить решение. Видя цельную картину, руководству проще выделить бюджет на обучение.

Как составить employee journey map

Чаше всего внедрять ЕJM начинают, когда эйчар сталкивается с трудно решаемой проблемой. Например, не удается закрыть вакансию, сотрудники покидают компанию или уволившиеся работники оставляют нелестные отзывы в интернете.

Но лучше действовать на опережение: начинайте работать с картой как можно раньше. Это поможет вовремя замечать и исправлять узкие места в процессах. При этом ЕJM — это способ

изучить, визуализировать и систематизировать процессы, а не спасательный круг. Если в компании кризисная ситуация, то надо «тушить пожар», а не рисовать карты.

Далее расскажу, как составить карту путешествия сотрудника.

Этап 1: определение фокуса исследования

На этом этапе нужно определиться с масштабом и целью создания ЕЖМ.

Масштаб. Employee journey map может отражать весь путь сотрудника или конкретный этап: наем, адаптацию, развитие, увольнение. Карту отдельного этапа составляют, когда проблема изучена и локализована — например, понятно, что в компании плохой [онбординг](#). Полную карту делают, если непонятно, в чем конкретно проблема.

Цель создания ЕЖМ. Легче всего сформулировать цель, когда проблема уже найдена. Нужно просто указать то, что поможет устранить боль или предупредить появление новых сложностей.

Проблема	Увеличилась текучесть персонала
Цель создания ЕЖМ	<ol style="list-style-type: none">1. Выявить ошибки компании, из-за которых сотрудники решают уволиться.2. Повысить привлекательность бренда работодателя, чтобы удерживать сотрудников.3. Улучшить стратегию увольнения.4. Увеличить количество нейтральных и положительных отзывов о компании от уволившихся сотрудников.5. Увеличить количество сотрудников, которые возвращаются в компанию.

Если конкретной проблемы нет, то цель составления карты скорее исследовательская — найти узкие места в найме, онбординге, развитии и увольнении.

Этап 2: выбор способа исследования

Любая карта — это модель, которая описывает существующий объект. В данном случае требуется отобразить то, как и где работник и работодатель взаимодействуют друг с другом. Для этого нужно собрать информацию о пути действующих сотрудников компании.

Есть разные способы собирать информацию: интервью, онлайн-опросы и отзывы в интернете.

Онлайн-опросы. Этот способ не отличается надежностью и точностью: работники могут упускать детали или уходить от сути вопроса. Поэтому их ответы — слабая база для создания employee journey map.

Онлайн-опрос подойдет в качестве дополнения к другим методам, а также для исследовательских целей — если в компании нет явных проблем, которые влияют на наем и текучесть сотрудников.

Создать опрос можно в Google Forms. Оптимальное количество вопросов — 20. При этом важно задавать открытые вопросы — такие, на которые нельзя ответить только «да» или «нет».

Отзывы в интернете. Например, можно изучать отзывы о работе в компании на специальных сайтах — [Правда сотрудников](#) или [Dream Job](#).

Интервью с кандидатами, а также действующими и бывшими сотрудниками. Это самый эффективный вариант, который дает наибольший объем данных. Эйчар может задавать уточняющие вопросы и оценивать не только ответы, но и поведение собеседника.

Дальше я расскажу, как подготовиться к интервью, но эти советы применимы и для проведения онлайн-опросов.

Этап 3: формирование групп респондентов

На этом этапе нужно определиться с группами кандидатов и сотрудников для интервью. Выбор зависит от цели создания и масштаба карты.

В интервью должны участвовать люди, которые прошли исследуемый этап и приобрели разный опыт.

Цель создания ЕЖМ	Оценить, насколько эффективно проходит адаптация сотрудников	
С кем нужно провести интервью	Сотрудники, которые прямо сейчас проходят онбординг	На интервью можно узнать впечатления новичков от онбординга: что полезно, а что нет, не слишком ли долго длится адаптация, чувствуют ли они, что им становится комфортнее в новом коллективе.
	Сотрудники, которые уже прошли этап адаптации	Общение поможет оценить, какие этапы адаптации показались сотрудникам самыми полезными, а какие — ненужными.
	Сотрудники, которые уволились во время онбординга	Интервью позволит понять, почему сотрудники увольняются на этапе адаптации и какие мероприятия добавить, чтобы этого избежать.

Если стоит цель проанализировать весь путь взаимодействия сотрудника с компанией, нужно опросить четыре группы респондентов:

1. Кандидатов, которые уже побывали в воронке подбора. Их ответы помогут понять, почему они заинтересовались работой в компании или, наоборот, отклонили оффер.
2. Действующих сотрудников — можно узнать, почему они выбрали компанию, что ценят в работе, с какими проблемами столкнулись на этапе найма, онбординга и развития.
3. Уволившихся сотрудников — их ответы ценнее, чем информация от действующих сотрудников. На интервью можно выявить, на каком этапе и почему увольняются работники, чтобы понять и исправить ошибки.
4. Руководителей. Во многих точках касания сотрудник взаимодействует напрямую с руководителем. Поэтому важно знать, насколько открыты менеджеры, готовы ли они давать конструктивную обратную связь и хвалить.

Каждую группу можно дополнительно разбить на сегменты — например, отдельно выделить тестировщиков, разработчиков и сисадминов среди сотрудников ИТ-департамента. В этом есть смысл, когда нужно проанализировать опыт специалистов конкретной профессии. Тогда у каждого сегмента получится своя карта.

Этап 4: составление плана интервью

Интервью состоит из 3 частей: вводного слова эйчара, вопросов и ответов, завершения. Важно заранее составить список вопросов и продумать, что говорить собеседнику в начале и конце встречи.

Вводное слово эйчара. Прежде чем задавать вопросы, нужно объяснить собеседнику:

- цель интервью,
- где будут использованы результаты беседы;
- будут ли ответы анонимными.

Это поможет респонденту понять значимость разговора и быть честнее.

Ответы на вопросы. Вопросы составляются с учетом целей создания карты. Например, нужно оценить эффективность онбординга в компании. Тогда у действующего сотрудника стоит спросить:

- из каких этапов состояла адаптация;
- что ему помогло комфортнее чувствовать себя в коллективе;
- что раздражало в процессе онбординга или было бесполезным;
- чего ему не хватило во время адаптации;
- как быстро он почувствовал себя частью команды;
- возникали ли ситуации, когда ему не хватало поддержки эйчара.

Если вы готовитесь к интервью с действующим сотрудником, то составьте не более 15 открытых вопросов. Если же собираетесь общаться с кандидатами или бывшими работниками,

то достаточно 3 вопросов. У этих людей пока или уже нет тесной связи с компанией, поэтому они не заинтересованы в долгих разговорах.

Завершение. В конце важно поблагодарить собеседника за уделенное время и рассказать, где и когда он сможет ознакомиться с результатами исследования.

Этап 5: сбор информации

Провести интервью можно онлайн или вживую в офисе. Чтобы эйчару получить максимум пользы от общения, стоит соблюдать 2 правила:

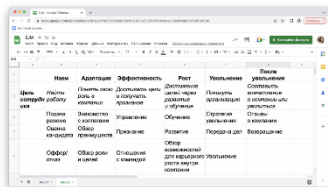
1. Записывать разговор на диктофон или компьютер. Так вы сможете сосредоточиться на общении, а не на стенографировании ответов. Кроме того, удобнее работать с расшифровкой интервью, чем с рукописью из тезисов.
2. Быть критичным. Важно отличать, когда сотрудник отвечает на вопрос, исходя из реального опыта, а когда опирается на представления о хорошем и плохом. И если он уходит в пространные рассуждения, не стесняйтесь возвращать его к сути.

Некоторые думают, что есть волшебная таблетка, при помощи которой можно добиться искренности от собеседника. Якобы нужно задавать какие-то специальные вопросы или внедрить особый формат интервью, и вот тогда сотрудник будет говорить только правду.

На самом деле все проще. Чтобы завоевать доверие кандидата, действующего или бывшего сотрудника, нужно выстраивать контакт с сотрудниками задолго до исследования. Если люди в компании доверяют эйчару, они поделятся своим опытом и проблемами. Не менее важно «снять белое пальто» с бренда работодателя. Идея создания карты появляется из признания, что в HR-процессах не все в порядке. Поэтому важно донести до сотрудников, что компания не идеальна, но бизнес хочет находить и исправлять недостатки. Открытое признание проблем располагает к себе и подчеркивает важность обратной связи.

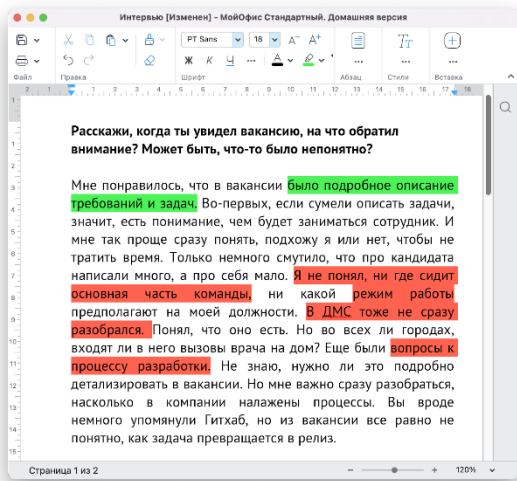
Этап 6: анализ материалов

Шаг 1. Сделайте черновой шаблон карты: пропишите этапы пути сотрудника и точки касания с компанией.



Набросок EJM удобно делать в экселе или гугл-таблицах. Лист уже поделен на строки и столбцы — нужно только задать свою структуру

Шаг 2. Изучите расшифровки интервью с сотрудниками, выделите цели каждого этапа и боли, с которыми сталкиваются респонденты при взаимодействии с компанией. Для отработки результатов исследования пригодятся текстовые редакторы — предпочитаю Microsoft Word, гугл-документы или iA Writer.



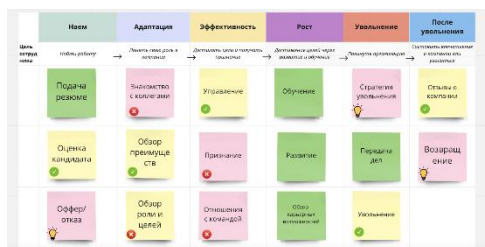
Это отрывок из интервью с разработчиком, который недавно устроился на работу в компанию. Зеленым цветом выделены сильные места, а красным — проблемы

Шаг 3. По возможности зафиксируйте количественные показатели. Например, разделите по причинам увольнения всех бывших сотрудников, которые участвовали в исследовании. Так получится понять, из-за чего чаще всего уходят люди.

Шаг 4. Тезисы из расшифровок перенесите в черновик в экселе. Упорядочьте информацию, оставьте только главное.

Шаг 5. Визуализируйте таблицу в экселе или графическом редакторе — добавьте разные цвета, выделения и простые иллюстрации. Но декор не нужен сам по себе, его задача — облегчить восприятие карты.

Систематизировать результаты удобно в Microsoft Excel и гугл-таблицах, а визуализировать — в [Miro](#) или [Uxpressia](#) с помощью красивых плашек, блоков, стрелок и таблиц. Если этих функций недостаточно, можно освоить онлайн-программу для дизайнеров [Figma](#) и сделать карту там.



Такую EJM несложно сделать в Miro. Основа — шаблон visual table. Разные цвета стикеров означают наличие или отсутствие проблем в каждой точке касания. Иконка на стикере — статус по решению. Галочка — варианты решения проблемы найдены и согласованы. Лампочка — нужен мозговой штурм. Крестик — пока нет ресурсов решить проблему

Этап 7: обсуждение EJM со стейкхолдерами

Готовая employee journey map должна стать предметом обсуждения эйчара, тимлидов, руководителей департаментов и владельца бизнеса. Обычно это происходит так: эйчар организует встречу, на которой презентует карту, указывает на болевые точки, обсуждает варианты решения проблем и старается заручиться поддержкой коллег.

На этом этапе важно помнить, что не все проблемы нужно решать. Советую сначала оценить, какие изменения повлечет за собой преобразование процессов. Например, компания хочет увеличить количество этапов онбординга с 3 до 6 — так новичкам будет легче входить в новый коллектив. Но возникает вопрос: а хватит ли ресурсов, не встанут ли на паузу другие процессы, пока эйчары и менторы «возятся» с новыми сотрудниками?

Не торопитесь менять ситуацию. Не факт, что от этого станет лучше.

Типичные ошибки при составлении employee journey map

Не заручиться поддержкой бизнеса. Чтобы карта не стала документом, который положат в стол, важно донести до руководства ее ценность. Для этого можно сделать демо-версию ЕJM: провести мини-исследование одного этапа пути сотрудника и презентовать его руководству. Если бизнес увидит узкие места, которые влияют на работу компании, то с большей вероятностью поддержит изменения в найме, адаптации и развитии сотрудников.

Создавать ЕJM в спешке. Прежде чем браться за задачу, эйчару нужно оценить ресурсы. Создание карты — большой проект. Если нет времени или этим некому заниматься, то не стоит и начинать.

Забывать про некоторые этапы пути сотрудника. Часто эйчары визуализируют в ЕJM только этапы работы в компании. Это неверно: восприятие компании кандидатами и отзывы уволившихся сотрудников могут многое сказать о бренде работодателя и работе HR-подразделения.

Зачем регулярно обновлять employee journey map

Карту стоит обновлять, когда есть изменения в процессах взаимодействия сотрудников с компанией, которые нужно оценить. Но необязательно переделывать всю ЕJM. Можно заново провести исследование только того этапа, где произошли доработки.

Оптимальную частоту обновления каждая компания выбирает сама с учетом масштабов карты и загруженности эйчаров. Но каждые два месяца пересматривать ЕJM тоже не стоит: сотрудники устанут отвечать на вопросы, а эйчару утонет в постоянной обработке результатов.

Выводы

1. Employee journey map — это карта, где нанесены точки касания сотрудника с компанией: от момента первого знакомства с брендом работодателя до отзывов после увольнения.
2. Также в ЕJM можно прописать проблемы, с которыми сталкиваются сотрудники, и варианты их решения — так получится подробная карта.
3. У разных специалистов опыт взаимодействия с компанией может быть разным. Поэтому ЕJM нужна для каждого департамента, для линейных сотрудников и топ-менеджеров.
4. ЕJM используют для реализации HR-стратегии, оценки найма, адаптации и развития сотрудников, защиты идей по улучшению процессов перед руководством.
5. ЕJM — не лучшее средство для тушения пожаров в HR-процессах. Лучше составлять карту в начале развития компании, когда еще нет глобальных проблем.
6. Подготовка карты состоит из 7 этапов:
 - определение фокуса исследования;
 - выбор способа исследования;
 - подготовка к исследованию;
 - составление плана интервью;
 - сбор информации;
 - анализ материалов;
 - обсуждение ЕJM со стейкхолдерами.
7. Частые ошибки при составлении карты:
 - работать над ЕJM без поддержки бизнеса;
 - браться за ЕJM, когда на это нет времени;
 - визуализировать не все этапы взаимодействия сотрудника с компанией.
8. Если вы проработали точки касания сотрудника с компанией, ЕJM нужно обновить, чтобы оценить эффект от улучшений. Но слишком часто пересматривать карту тоже не стоит.

Источник: <https://huntflow.ru/blog/ejm/?ysclid=lhch94bch7977158605>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Понятие и основные компоненты торговой марки. Параметры архитектуры марки товара.
2. Маркетинговые решения относительно марочных продуктов.
3. Понятие и принципы формирования ассортимента товаров.
4. Оперативное управление ассортиментом товаров.

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;

- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;

- изучение эффектов сервис-дизайна;

- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Внедрение изменений	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Рефрейминг в продажах: меняем представления клиента	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Текст лекции.

Внедрение изменений в компании - это сложный процесс, который требует определенной этапности шагов. Попытка пропустить один из этапов создает иллюзию быстрых изменений. Но они как правило краткосрочны и не приводят к желаемому результату.

Узнайте из статьи о системе внедрения изменений, которую эксперты [Active Sales Group](#) применяют на [проектах по развитию продаж](#) с 2009 года.

Как внедрить изменения в организацию:

- Внедрение изменений: 8 этапов
- Внедрение изменений: проблематизация и вовлечение
- Внедрение изменений: команда реформаторов
- Внедрение изменений: формулирование целей
- Внедрение изменений: пропаганда
- Внедрение изменений: устранение препятствий
- Внедрение изменений: достижение быстрых результатов
- Внедрение изменений: анализ и корректировка
- Внедрение изменений: закрепление и масштабирование

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: 8 ЭТАПОВ

Процесс внедрения изменений состоит из 8 этапов и он занимает время. Продолжительность внедрения изменений зависит от сложности процессов, которые вы внедряете.

В период рецессий, когда требуется получить быстрый результат, растет необходимость провести любые трансформационные действия быстро. Алгоритм, который представлен ниже, возможно внедрять ускоренными темпами, главное не пропускать ни один из этапов.

На каждом этапе есть свои ловушки, их понимание позволит вам снизить риски и увеличит шансы на эффективное внедрение и получение результата.

Последовательность этапов при внедрения любых изменений выглядит так:



Внедрение изменений: 9 этапов

1. Проблематизация ситуации — вовлечены сотрудники;
2. Формирование команды реформаторов;
3. Формулирование Целей;
4. Пропаганда изменений;
5. Создание условий, устранение препятствий;
6. Достижение быстрых результатов;
7. Анализ и корректировка;
8. Закрепление и расширение преобразований.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 1 — ПРОБЛЕМАТИЗАЦИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЕ

При отсутствии мотивации сотрудники не будут содействовать реформам и ваши усилия ни к чему не приведут. Очень важно вовлечь сотрудников в процесс реформ, заинтересовать их и сделать соучастниками изменений.

В 90% случаев руководитель недооценивает трудность задачи и считает, что достаточно лишь объявить о том, что вводятся изменения. Но сотрудники привыкли жить «по-старому» и почти всегда не готовы к переменам.

Как побудить подчиненных отказаться от привычных комфортных условий?

Важно создать атмосферу безотлагательности действий. На этом этапе вы анализируете конкурентов, свои преимущества и риски, тенденции развития экономической ситуации и отраслевую специфику, финансовые показатели компании или подразделения.

Часто именно на этом этапе компания проводит [сессию стратегического планирования](#) для того, чтобы оценить текущее положение компании на рынке, донести до сотрудников финансовые результаты, выявить сложности взаимодействий между подразделениями, выработать направление действий и развития компании на краткосрочный период. Стратегическая сессия как инструмент управления командой помогает объединить усилия сотрудников и сгладить разногласия, что крайне важно особенно для компаний, которые переживают серьезный спад в продажах.

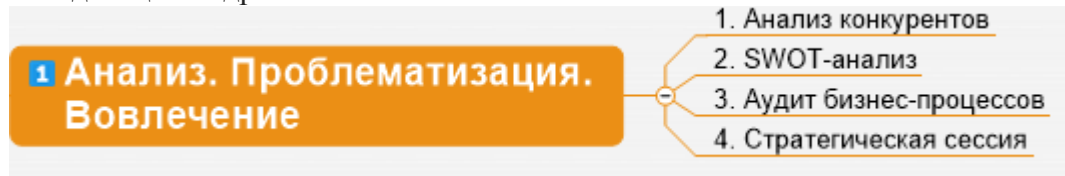
Главные сложности этого этапа: сотрудники -«звезды» не одобряют перемены, негативная реакция таких теневого лидеров может демотивировать весь коллектив, моральный климат ухудшится, результаты любых ваших действий окажутся под угрозой.

Главные ловушки на этом этапе:

1. преобладание **пассивного менеджмента** и недостаток руководителей-Лидеров
2. **паралич** действий из-за осознания возможных рисков от внедрения реформ

Под пассивным менеджментом понимаем менеджерский стиль управления. Этот стиль управления предполагает прежде всего контроль за ежедневным выполнением процессов и показателей. Любые преобразования требуют создания новых систем и процессов, а для этого нужно изменить стиль управления. Он должен стать лидерским, способным вовлечь сотрудников в преобразования и повести их за собой.

Особенно важно, чтобы в высшем эшелоне руководства появились сотрудники, обладающие лидерскими способностями.



Внедрение изменений: проблематизация и вовлечение

Донесите до персонала причины, по которым необходимо начинать жить «по-новому». Чем внушительнее и убедительнее будут факты о том, что «по-старому работать нельзя», тем лучше. Представьте факты резкого снижения доходности бизнеса, негативной статистики продаж, усилением позиций конкурентов, резкой потери доли рынка и т.п.

Станьте лидером и проводником перемен: проведите [аудит бизнес-процессов](#), донесите до команды информацию об узких зонах в них и возможных последствиях, если проблемы не будут устранены. Дайте свое видение о том, какие изменения необходимо внедрить для того, чтобы бизнес мог успешно преодолевать сложности особенно в период кризиса.

Помните, что успех любых внедрений возможен только в случае, если не менее **75%** сотрудников искренне убеждены в том, что старые методы работы больше не приносят нужного результата.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 2 — КОМАНДА РЕФОРМАТОРОВ

Вне зависимости от масштаба преобразований очень важно создать команду сотрудников, которая будет являться проводником изменений. Это команда, главной целью которой становится внедрение реформ.

Обязательное условие эффективности работы такой команды — наличие в ее составе главы предприятия. Для масштабных преобразований это может быть председатель совета директоров или генеральный директор. Для внедрения изменений на уровне подразделения приглашайте в команду коммерческого директора или директора по развитию.

Для малого предприятия команда реформаторов может состоять из 3-5-ти сотрудников. Для крупной компании численность может достигать 20-50 сотрудников. Костяк группы это всегда ТОП-менеджеры.

Но осознание необходимости преобразований ТОПами — это необходимый, но не достаточный фактор для старта изменений. Включайте в группу наиболее активных сотрудников, лидеров мнений, а также тех, кому интересно развиваться вместе с компанией. И это как правило необязательно люди «верхушки». Принимайте в команду самых замотивированных и активных сотрудников среднего звена.

2 Формирование Команды Реформаторов

1. Определить состав
2. Определить обязанности и порядок взаимодействия

Внедрение изменений: сформировать команду реформаторов

Если включили в группу рядовых сотрудников, не передавайте им управление группой! Процесс преобразований начнет пробуксовывать по причине того, что у рядовых сотрудников нет опыта управления командой. Какой бы талант и преданность делу не демонстрировали сотрудники, возглавлять группу реформаторов должен сильный лидер с опытом управления, желательно непосредственно руководитель либо предприятия, либо подразделения.

Стандартные ловушки этого этапа:

1. Отсутствие в команде реформаторов Руководителя предприятия
2. Малочисленность группы
3. Отсутствие в группе лидеров мнений
4. Передача управления группой линейному представителю, а не ТОП-руководителю предприятия

Не попадайте ни в одну из этих ловушек при запуске внедрения изменений! Если удалось донести до Руководителя предприятия (условно это Генеральный директор), что ему не пристало лениться и что именно он должен возглавить группу реформаторов, не позволяйте ему участвовать в преобразованиях лишь номинально. Он не должен перепоручить свою обязанность вести группу за собой кому-то из линейных сотрудников.

Не упустите тот факт, что среди обычных сотрудников часто бывают лидеры мнений. И это самые важные участники преобразований. Не забудьте завербовать их в свои преобразования. Иначе одно слово такого «серого кардинала» против вас и вы неотвратимо приближаетесь к пробуксовке в любых изменениях — люди просто будут встречать вас в состоянии скрытого саботажа.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 3 — ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ

Очень важно помнить, что формулирование Видения того, куда вы должны прийти и целей — это тоже процесс. И цели не должны быть целями лишь одного человека (собственника или генерального директора).

Формулировка целей — это процесс дискуссий, он может занять время. Чтобы этот процесс сократить проведите [сессию стратегического планирования](#), заложите на нее не менее 3-х дней. Очень желательно вывезти участников за город, то есть поместить в непривычный контекст и оторвать от оперативной текучки.

Если у организации нет осмысленного представления о целях, то все реформаторские усилия потонут в противоречивых проектах. И они обязательно закончатся ничем.

3 Формулирование Целей

1. Проведение сессии страт. планирования
2. Сформулировать Actin Plan

Внедрение изменений: формулирование целей и видения

Формулирование целей должно содержать визуализацию, т.е. Видение будущего вашей компании. И оно должно быть понятным и вдохновлять всех сотрудников.

Этот шаг придаст импульс вашей команде, сделает цель общей, объединит команду и даст старт внедрению изменений.

Стратегическая сессия снизит ваши временные затраты и качественно подготовит людей к восприятию перемен, а также к новым моделям поведения в случае, если это будет необходимо по итогам внедрения новых методов работы и т.п.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 4 — ПРОПАГАНДА

Стандартная ошибка процесса реформ это затухание информирования коллектива как о самих изменениях, так и о результатах.

В результате среди сотрудников растут циничные настроения, и коллектив теряет доверие к изменениям и словам начальства.

Без активного и своевременного донесения информации до всего коллектива о том, как идут реформы вы не завоеуете лояльность сотрудников и не укрепите их веру в успех преобразований.

Избежать разобщенности коллектива, снижения лояльности к изменениям и роста недовольства из-за дополнительной нагрузки – все это задачи регулярной пропаганды изменений.



Внедрение изменений: регулярная пропаганда преобразований

Вы можете делать новостную рассылку, вести чат группы реформаторов в CRM или в ватсап — все это поможет показать коллективу, что движение и положительные результаты есть!

Доносите о ходе проекта через максимальное количество коммуникативных каналов. Доказано опытом: вы получите привыкание коллектива к неизбежности внедрения изменений и поддержку всех подразделений компании.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 5 — УСТРАНЕНИЕ ПРЕПЯТСТВИЙ

На пути внедрения изменений препятствия будут возникать постоянно: начиная с самого главного — нежелания сотрудников меняться и заканчивая несоответствующей новым процессам оргструктурой, системой мотивации, уровнем профессионализма и наличием необходимых компетенций у сотрудников.

Этот этап самый сложный, т.к. здесь вы боретесь с саботажем (явным и скрытым), страхами сотрудников и их нежеланием что-либо менять, несоответствием процессов, которые больше не отвечают новым требованиям.



Внедрение изменений: создание условий, устранение препятствий

Часто не все препятствия выявляются своевременно. Вначале преобразований обычно не хватает ни времени, ни сил, чтобы избавиться от всех препятствий и вы устраняете самые крупные и явные помехи. Однако в ходе внедрения изменений ваша задача планомерно создавать условия и удалять из жизни компании все несоответствия новому видению и помехи на пути к целям.

Расставайтесь с теми, кто не согласен с нововведениями, меняйте структуру отдела, обучайте людей новым методам и инструментам работы. Главное на этом этапе — не игнорировать факторы, которые становятся препятствиями на пути изменений. Будь это люди, процессы или части орг. структуры.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 6 — ДОСТИЖЕНИЕ БЫСТРЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Почему большинство преобразований тормозятся или останавливаются вовсе? Люди устают, теряют импульс, вдохновение и веру в получение результата.

Этап получения быстрых результатов чуть ли не самый важный во всем цикле внедрения изменений вне зависимости от типа изменений.

Если вы изменяете орг.структуру, внедряете новую CRM или новую систему мотивации, сотрудники должны увидеть кроме дополнительной нагрузки и очевидную пользу для себя — скорость взаимодействия, скорость анализа информации и быструю отчетность, прозрачность

контроля за личными показателями и т.п. Главное в любых реформах — получить быстрый успех от преобразований.

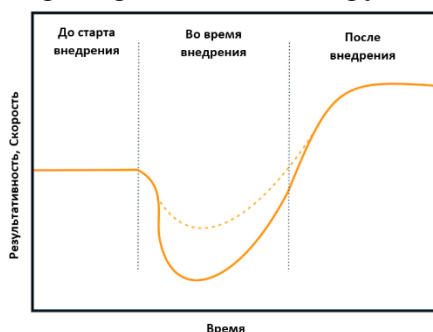


Внедрение изменений: получение краткосрочных результатов

Если оптимизируете организационную структуру, необходимо проводить мероприятия по обучению людей эффективному взаимодействию и доносить о положительных результатах.

Если создаете новый отдел продаж, как альтернативу существующему, обязательно рассказывайте о достижениях в его работе.

Будьте готовы к снижению результативности. На кривой результативности видно, что во время внедрения любой результат снижается. К этому провалу надо быть готовым, уметь его проходить хотя бы с минимальными достижениями, о которых надо очень доходчиво и широко рассказывать сотрудникам через коммуникативные каналы.



Внедрение изменений: кривая результативности

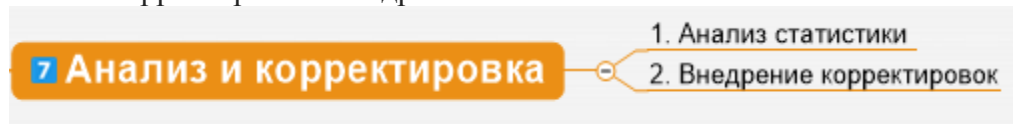
Широкое информирование о результатах поддержит лояльность сотрудников к изменениям и сохранит значимость преобразований.

Краткосрочные результаты необходимо планировать. Также не забудьте вознаградить сотрудников, которые получили эти результаты.

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 7 — АНАЛИЗ И КОРРЕКТИРОВКА

На этом этапе внедрения изменений вы проводите анализ аккумулированной статистики по результатам проекта. Ваша задача – сделать вывод о корректности направления, по которому идет внедрение изменений. Промежуточный анализ результатов вы осуществляете постоянно. Однако необходимо заложить время на глубокий анализ достигнутых результатов.

Вы обязательно увидите узкие места и то, что можно улучшить. На этом этапе не поздно внести корректировки. Внедряйте их именно сейчас.



Внедрение изменений: анализ и корректировка

ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭТАП 8 — ЗАКРЕПЛЕНИЕ И МАСШТАБИРОВАНИЕ

На этом этапе вы завершаете внедрение изменений: у вас есть полученный результат, вы достигли своих целей.

Если вы запускали пробный проект с задачей внедрить изменения в одном подразделении, то сейчас самое время масштабировать их и переносить в другие отделы.

Изменения укореняются тогда, когда новый стиль работы становится нормой рабочих отношений, когда они становятся частью корпоративной культуры. Очень важно открепить перемены от Лидера, который отвечал за их внедрение.

Внедрение изменений: закрепление и расширение

На этом этапе вам необходимо осуществить перенос изменений на всю компанию и закрепить их в регламентах, инструкциях и, главное, в навыках руководителей так, чтобы эти изменения не исчезли в случае, если вы расстанетесь с лидерами.

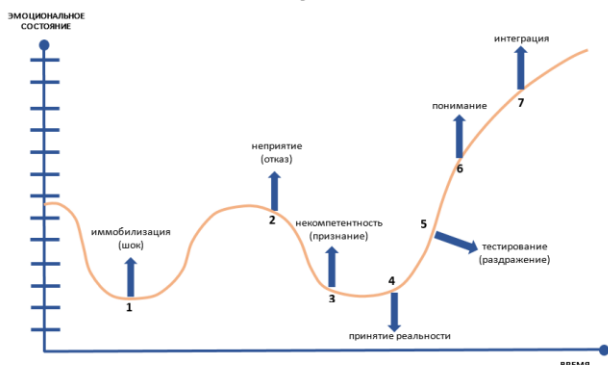
ВНЕДРЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ: ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ СОТРУДНИКОВ

Эмоциональное состояние ваших сотрудников напрямую воздействует на скорость перемен. При внедрении изменений ваша команда проходит через эмоциональные качели. Очень важно понимать суть эмоциональных провалов и взлетов для того, чтобы вовремя реагировать на них и управлять мотивацией ваших сотрудников.

Ниже представлен график изменений эмоционального состояния работника в процессе внедрения изменений:

На **этапе 1** работник проваливается в яму негатива и шока — новое не привлекает, а скорее пугает и настораживает.

На **этапе 2** происходит неприятие нового, непонимание пользы и отказ работать по-новому. Работник цепляется за свой статус-кво.



Внедрение изменений: кривая эмоционального состояния

На **этапе 3** работник признает свое неумение и некомпетентность, но понимания, веры и, главное, понимания как именно развить в себе новые навыки еще нет.

На **этапе 4** работник тотально признает реальность и то, что «отвертеться» от перемен не получится. Он приступает к тестированию нового, и это **этап 5**: здесь растет раздражение, т.к. еще очень плохо получается делать что-то по-новому, понимания пользы от нового все еще нет.

Лишь на **этапе 6** приходит полное понимание пользы от перемен. А на **этапе 7** осуществляется окончательная интеграция сотрудника в новую действительность. Эмоциональные качели заканчиваются, т.к. произошло тотальное принятие изменений.

Не ожидайте, что внедрение изменений будет воспринято вашей командой с позитивом, скорее всего вы столкнетесь с сопротивлением и негативом. Используйте свои лидерские качества для того, чтобы пройти через сложности в коммуникациях, заразить команду энтузиазмом и желанием действовать с вами заодно. График изменения эмоционального состояния сотрудника используйте как наглядную диаграмму для управления своими подчиненными.

Мы рассказали вам о закономерностях внедрения изменений. Используйте алгоритм для управления изменениями в своей компании.

Источник: <https://activesalesgroup.ru/vnedrenie-izmenenij/?ysclid=lhcglqqrzs773304544>

Рефрейминг — метод, который очень часто используется в НЛП. Суть его в том, чтобы изменить отношение собеседника к предмету разговора просто за счёт перестановки акцентов, изменения контекста. Как же это бывает нужно при взаимодействии с клиентами, не правда ли?

Поэтому рефрейминг можно успешно использовать во время переговоров. Например, чтобы:

Убедить клиента принять вашу точку зрения.

Ответить на возражение клиента.

Показать клиенту выгоды вашего предложения.

Как это работает? Что заставляет клиента изменить его точку зрения? Это делают грамотно и вовремя применённые приёмы. Рефрейминг — одновременно и очень простой метод, и очень сложный. Приёмы рефрейминга сами по себе простые и действенные. А вот применить их и вписать в разговор естественным образом бывает непросто, особенно для новичков. Здесь важно владеть невербаликой, методами подстройки к клиенту и обладать чувством времени (что и когда говорить). Впрочем, всё приходит с опытом.

А вот и сами приёмы.

Приём 1. Увидеть с другой стороны

Людям свойственно мыслить стереотипами, и большинство клиентов поступает именно так. Соответственно и возражения, которые мы чаще всего слышим, стереотипны. Это «дорого», «у конкурентов лучше» и др.

Ответы на эти возражения можно предусмотреть заранее и подготовиться, чтобы показать клиенту что-то такое, что уравнивает и перевесит недостатки, т. е. помочь клиенту увидеть другие, более выгодные стороны вашего предложения.

Пример:

— Цена слишком завышена.

— Это только на первый взгляд. На самом деле за эту цену вы получаете... (перечисление выгод).

Приём 2. Зато...

Слово «зато» — волшебное слово в рефрейминге. Иногда, чтобы убедить клиента, достаточно только применить его. Поэтому из всех приёмов рефрейминга этот — самый простой и доступный практически всем: и новичкам, и профессионалам продаж.

Пример:

— Красный цвет слишком бросается в глаза.

— Зато вы уж точно не останетесь без внимания.

Термины

Возражение — это содержательное несогласие клиента с продавцом.

Ложное возражение — возражение клиента, которое он использует в качестве маскировки истинных причин, по которым он не хочет вступать в контакт с продавцом.

Ещё термины

Приём 3. Изменить контекст

Клиент часто видит товар только в одном свете, в одном контексте. Но что будет, если изменить контекст на более подходящий? Клиент меняет своё отношение к товару. И если вы достаточно убедительны и знаете, о чём говорите — он может вообще позабыть о первоначальных своих возражениях, оценив выгоды той картины, которую вы перед ним разворачиваете.

Пример:

— В этой квартире все окна выходят на север, солнце совсем не попадает внутрь.

— Вы только представьте себе, когда летом все изнывают от жары, вы будете наслаждаться приятной прохладой.

Приём 4. Альтернативный вопрос

Этот приём, довольно распространённый в продажах, тоже относится к технике рефрейминга. Он удобен тем, что его можно использовать как для выяснения потребностей, так и на стадии перехода к сделке.

Вместо вопроса, в ответ на который клиент мог бы выразить своё согласие или несогласие, вы предлагаете ему выбрать из двух предложенных вариантов, которые устроили бы и вас, и его. Чаще всего клиент так и делает — выбирает один из них.

Пример:

— Вам удобно будет забрать заказ со склада самостоятельно или вы хотите, чтобы мы доставили его на дом?

Приём 5. Коннотации

Коннотация — это дополнительный смысловой или эмоциональный оттенок какого-либо слова или высказывания. Например, коннотация слова «дорогой» — «ценный». Когда вы используете этот приём в беседе с клиентом, то, как правило, отвечаете позитивной коннотацией на негативное высказывание клиента. Это помогает изменить его точку зрения на противоположную.

Пример:

— Этот костюм выглядит слишком скучным.

— Я бы сказала, не скучным, а строгим. То, что нужно, для официального мероприятия.

Источник: <https://prodasch.ru/blog/klientskaya-baza/refreyming-v-prodazhakh/?ysclid=lhcgqnjn2k48140190>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Маркетинговые стратегии относительно промышленного ассортимента товаров.
2. Маркетинговые стратегии относительно торгового ассортимента товаров.
3. Диверсификация товаров (конгломерантные стратегии управления ассортиментом товаров).
4. Методы анализа продуктового портфеля компании.

**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. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
 - изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
 - изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сервис-дизайн: что это за методология	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сервис-дизайнер: что это за специалист	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Эффекты от сервис-дизайн	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. Сервис-дизайн: что это за методология и почему ее полюбили в Apple,
2. Сервис-дизайн: что это за методология и почему ее полюбили Netflix
3. Сервис-дизайн: что это за методология и почему ее полюбили Шоколаднице
4. Сервис-дизайн: что это за методология и почему ее полюбили X5
5. Рассмотрите примеры успешных практик сервис-дизайна на примере индустрии туризма

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Погружение в опыт пользователя	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Исследование клиентского опыта.	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:

Рассмотрите на примере индустрии туризма следующие вопросы:

1. Погружение в опыт пользователя
2. Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдеров
3. Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдера
4. Исследование клиентского опыта. Интерес в формате гипотезы
5. Исследование клиентского опыта. Методы исследования
6. Исследование клиентского опыта. Количество респондентов
7. Исследование клиентского опыта. Методы качественного исследования
8. Исследование клиентского опыта. Качественные методы исследования
9. Исследование клиентского опыта. Различия представлений
10. Исследование клиентского опыта. Этнография
11. Роли в исследовании этнография
12. Исследование клиентского опыта. Пять Почему?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: компьютерное тестирование и дискуссия, по тестовым заданиям

Примеры тестовых заданий к разделу 1:

I:

S: Концентрическая стратегия формирования ассортимента означает:

- + : наращивание глубины ассортимента;
- : рост параметрического ряда товаров;
- : сокращение глубины ассортимента;
- : выход за рамки основного производства;

I:

S: К рыночным атрибутам товара не относится:

- + : объемные и энергопотребляющие характеристики товара;
- : оформление и цветовая гамма товара;
- : марочное название;
- : упаковка;

I:

S: Объективными характеристиками товара считаются:

- + : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики, отражающие присутствие атрибутов в сознание покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Заметными характеристиками товара считается:

- + : характеристики, отражающие присутствие атрибутов товара в сознание покупателей;
- : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Важными характеристиками товара считаются:

- + : характеристики, отражающие систему ценностей покупателей;
- : характеристики отражающие основное предназначение товара;
- : характеристики, отражающие присутствие атрибутов в сознание покупателей;
- : характеристики, отражающие в восприятии покупателей особенности с равняемых марок товара;

I:

S: Ошибочный подход к позиционированию, в результате которого компания, ее товары или торговые марки

утрачивают в глазах потребителей определенную позицию, -?позиционирование.

- + : поверхностное;
- : однобокое;
- : неоднозначное;
- : спекулятивное;

:

S: Ошибочный подход к позиционированию, при котором у потребителей создается слишком узкое представление

о компании, ее товарах или торговых марках - ? позиционирование.

- + : однобокое;
- : спекулятивное;
- : поверхностное;
- : неоднозначное;

I:

S: Соответствие между примерами товара и его уровнями в соответствии с трехуровневой моделью Ф. Котлера

L1: Товар по замыслу

L2: Реальный товар

L3: Товар с подкреплением

R1: Холодильник- приспособление для хранения скоропортящихся товаров

R2: Холодильник- товар элегантного серебристого цвета с удобными полочками для размещения продуктов

R3: Холодильник- товар, который будет служить долго, а в случае поломки его быстро отремонтируют в службе

сервиса магазина

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий указаны в разделе 2

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 –

Компьютерное тестирование.

I:

S: Модель, представляющая товар через систему переживаний человека:

+: модель эмпирического маркетинга;

-: модель латерального маркетинга;

-: модель виртуального рынка;

-: модель многоуровневого товара;

I:

S: Модель, представляющая товар через систему всего, что его может окружать:

+: модель виртуального рынка;

-: модель эмпирического маркетинга;

-: модель латерального маркетинга;

-: модель многоуровневого товара;

I:

S: Модель, представляющая товар как новинку созданную на базе существующего товара, но способную

удовлетворить новые потребности покупателей:

+: модель материального маркетинга;

-: модель эмпирического маркетинга;

- : модель латерального маркетинга;
- : модель виртуального рынка;
- : модель многоуровневого товара;

I:

S: Когда подразделение Cadillac компании General Motors разработало новую модель автомобиля ?Cimarron?, ее

позиционировали как ?больше за большие деньги?, а потребители восприняли ее как ?меньше за большие

деньги?. Какую ошибку при позиционировании модели допустила компания?

+: спекулятивное позиционирование;

-: поверхностное позиционирование;

-: одностороннее позиционирование;

-: неоднозначное позиционирование;

I:

S: Товары, относящиеся в соответствии с матрицей БКГ к товарам ?дойным коровам?, имеют следующие

характеристики:

+: низкий потенциал роста / большая РД;

-: высокий потенциал роста / небольшая РД;

-: низкий потенциал роста / небольшая РД;

-: высокий потенциал роста / большая РД;

I:

S: Дифференциация товара означает:

+: пополнение модельного ряда существующего товара;

-: изменение товара при условии, что прежний товар снимается с производства;

-: производство нового товара;

-: повышение качества товара появление дополнительных гарантий и услуг;

I:

S: Глубиной товарного ассортимента называется:

+: варианты предложения каждого товара;

-: общая численность производимых фирмой товаров;

-: количество производимых фирмой товарных групп;

-: количество товаров, способных удовлетворить одну и ту же потребность;

I:

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.




4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Потребности клиентов: выявление и правильная работа с ними	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Эффективные методы выявления потребности клиентов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Наиболее частые ошибки, допускаемые при оценке потребностей клиентов	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.  Какое определение потребностей клиентов?
Потребности клиента — это то, что требуется покупателю при покупке товара или услуги. Предприятия должны узнать о потребностях своих клиентов, чтобы быть успешными.
Рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма
2.  Как определить потребности клиентов?
Чтобы определить потребности, вы должны выслушать и задать правильные вопросы. После определения потребностей всегда проверяйте наличие дополнительных или связанных потребностей. Используйте свои знания и опыт, чтобы определить и представить нужные продукты, услуги и решения для удовлетворения потребностей ваших клиентов.
Рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма
3.  Каковы ожидания клиентов?
Желание — это просто то, что мы хотели бы иметь по любой рациональной или иррациональной причине. Ожидания — это ожидаемые обстоятельства покупки. Потребности, желания и ожидания — это ключевые мотивы, которыми руководствуется клиент, и в этом отношении любой человек.

Рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма

4. 🗨️ Каковы 4 основных потребности клиента?

Есть четыре основных потребности клиента, которые должен учитывать предприниматель или малый бизнес. Это цена, качество, выбор и удобство.

Рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.2. Создание востребованного продукта в своей нише

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;

- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;

- изучение эффектов сервис-дизайна;

- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные элементы процесса системного создания востребованные продукты.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Разработка новых сервисов и подходов. Изменение бизнес-модели.	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. Ценностное предложение должно быть встроено в прибыльную бизнес-модель: рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма
2. Бизнес-модель используется как ориентир при изменениях организации: рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма
3. Изменения проходят через микропроекты. Каждый микропроект приближает блок текущей модели к блоку целевой бизнес-модели: рассмотрите и приведите пример из индустрии туризма

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: компьютерное тестирование и дискуссия, по тестовым заданиям

Примеры тестовых заданий к разделу 2:

I:

S: При осуществлении товарной концепции под понятием ? маркетинговая близорукость? понимают:

- + : совершенствование товара без учета нужд потребителей;
- : отказ от стратегического планирования;
- : агрессивные усилия по сбыту товара;
- : использование только оптовых посредников;

I:

S: Вариация товара- это:

- + : замена устаревшей модели товара более современной;
- : производство нового товара;
- : повышение качества товара, появление дополнительных гарантий и услуг;
- : пополнение модельного ряда товара;

I:

S: Компания ?Юнилинк? помимо йогуртов с традиционными вкусами наладила производство йогуртов с

нестандартными добавками (лимон, зеленый чай). Это пример стратегии:

- + : товарной дифференциации;
- : товарной диверсификации;
- : расширения ассортимента;
- : узкой специализации;

I:

S: Зазывными считаются товары:

- + : являющиеся для покупателей показателем уровня цен в магазине;
- : с наибольшим объемом продаж;
- : товары повседневного спроса;
- : товары, приобретаемые без особых раздумий;

I:

S: Глубиной товарного ассортимента называется:

- + : варианты предложения каждого товара;
- : общая численность производимых фирмой товарных единиц;
- : количество производимых товарных групп(ассортиментных позиций);
- : степень близости между производимыми товарными группами(ассортиментными позициями);

I:

S: Минимальная цена товара определяется:

- + : уровнем прямых издержек на производство товара;
- : уровнем совокупных издержек;
- : условиями конкуренции на рынке;
- : покупательским спросом;

I:

S: Покупатель рассматривает фотографию в журнале, на которой на берегу озера возле красивого дома стоит

легковая машина известной марки, и не может определить, что продвигается на рынок- дорогие земельные

участки, загородные дома или новые автомобили. Какая ошибка допущена производителем при разработке

стратегии позиционирования:

- + : неоднозначное позиционирование;
- : поверхностное позиционирование;
- : однобокое позиционирование;
- : спекулятивное позиционирование;

I:

S: Позиционированием товаров на рынке называется:

- + : формирование отличия своему товару относительно товаров конкурентов;
- : рыночная доля товара на данном рынке;

- : выделение товаров, которым покупатели отдают предпочтение;
- : степень привлекательности товара для покупателей;

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий указаны в разделе 2

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли проponentов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

I:

S: Дифференциация товара- это:

- +: пополнение модельного ряда товара;
- : замена устаревшей модели товара более современной;
- : производство нового товара;
- : повышение качества товара, появление дополнительных гарантий и услуг;

I:

S: Широтой товарного ассортимента называется:

- +: количество производимых товарных групп;
- : общая численность производимых фирмой товарных единиц;
- : варианты предложения каждого товара;
- : степень близости между производимыми товарными группами (ассортиментными позициями);

I:

S: Максимальная цена товара определяется:

- + : покупательским спросом;
- : уровнем прямых издержек на производство товара;
- : уровнем совокупных издержек фирмы;
- : условиями конкуренции на рынке;
- I:
- S: ЖЦТ (жизненный цикл товара) представляет:
 - + : интервал времени от внедрения товара на рынок до ухода с рынка;
 - : совокупность условий, необходимых для выхода товара на рынок;
 - : диапазон времени от конструкторских разработок до момента реализации готового продукта;
 - : чередование фаз производства и реализации;
- I:
- S: Если фирма производит четыре разновидности ржаного хлеба и семь наименований детского печенья, то широта ее ассортимента равна:
 - + : 2;
 - : 7;
 - : 8;
 - : 11;
- I:
- I:
- S: Жизненный цикл товара:
 - + : период времени от первоначального появления продукта на рынке до прекращения его реализации на данном рынке;
 - : период времени от начала разработки продукта до снятия его с производства;
 - : период времени от начала разработки продукта до прекращения его реализации;
 - : период времени от момента приобретения продукта потребителем до его утилизации;
- I:
- S: Вариация товара ? это:
 - + : замена устаревшего изделия его обновленным вариантом;
 - : производство нового товара;
 - : пополнение модельного ряда товара;
 - : повышение качества товара;
 - : появление дополнительных гарантий и услуг.

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Вовлечение потребителей	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Принцип МАУА	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Приведите примеры успешных практик вовлечения клиентов в продажи
2. Особенности применения принципа МАУА в индустрии туризма и гостеприимства
3. Опишите эффекты от реализации мероприятий по вовлечению потребителей

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Содержание категории Customer Journey Map (CJM)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Инструкция по составлению Customer Journey Map (CJM)	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. Представьте карты пути клиента в индустрии туризма и гостеприимства
2. Чем карты пути клиента индустрии туризма и гостеприимства отличаются от карты пути клиента промышленных предприятий
3. В чем специфика потребности клиентов индустрии туризма и гостеприимства
4. С какими рисками сталкивается продавец услуг

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: компьютерное тестирование и дискуссия, по тестовым заданиям

Примеры тестовых заданий к разделу 3:

I:

S: Ревитализация товара означает:

- + : оживление товара;
- : индивидуализация товара;
- : изменений представлений покупателей о товаре;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Кастомизация товара означает:

- + : индивидуализация товара;
- : оживление товара;
- : изменение представление покупателей о товаре;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Репозиционирование товара означает:

- + : изменений представлений покупателей о товаре;
- : оживление товара;
- : индивидуализация товара;
- : создание модельного ряда товара;

I:

S: Дифференциация товара означает:

- + : создание модельного ряда товара;
- : оживление товара;
- : изменений представлений покупателей о товаре;
- : индивидуализация товара;

I:

S: Горизонтальная стратегия формирования ассортимента означает:

- + : рост параметрического ряда товаров;
- : наращивание глубины ассортимента;
- : сокращение глубины ассортимента;
- : выход за рамки основного производства;

I:

S: Если фирма производит все виды одежды для военных, то скорее всего используется стратегия:

- + : товарной дифференциации;
- : выборочной дифференциации;
- : сегментной дифференциации;
- : концентрации;

I:

S: Основной целью построения канала распределения является:

- + : физическое перемещение товара от производителя к потребителю;
- : сервисное обслуживание товара;
- : продвижение товара(реклама) и стимулирование сбыта;
- : распределение риска- материальной и организационной ответственности за товар;

I:

S: Принципы формирования ассортимента товаров:

- + : ориентация на определенную группу потребителей;
- + : реализация товаров через одни и те же типы торговых точек;
- : одна и та же фаза жизненного цикла товара;
- : одинаковые способы продвижения товаров на рынок

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий указаны в разделе 2

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 3: форма рубежного контроля –

Компьютерное тестирование.

Примеры тестовых заданий к разделу 3:

S: Ширина канала сбыта определяется как:

- + : число посредников на одном уровне канала сбыта;
- : число посредников в канале сбыта;
- : число уровней в канале сбыта;
- : любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара к конечному покупателю;

I:

S: Какой из ниже перечисленных вариантов можно считать каналом нулевого уровня:

- + : канал, представленный фирменными магазинами;
- : канал, в котором взаимосвязанные организации делают товар доступным для потребителей;
- : канал, в котором посредники реализуют товар, не приобретая на него прав собственности;
- : канал, в котором посредники сводят вместе покупателя и продавца для заключения между ними сделки;

I:

S: Участники ВМС:

- + : стремятся повысить эффективность всего сбытового канала;
- : не могут контролировать других участников;
- : не являются самостоятельными юридическими лицами;
- : заключают договора для ведения взаимовыгодного бизнеса;

I:

S: Соглашение внутри канала сбыта о привилегиях (франчайзинг) относится к _____ маркетинговой системе:

- + : договорной;
- : традиционной;
- : корпоративной;
- : управляемой;

I:

S: Наиболее важные критерии при выборе ассортимента товаров, закупаемых для реализации через сеть

розничных магазинов:

- + : оборачиваемость запасов и валовая маржа;
- : реклама соответствующих товаров и предоставляемые скидки;
- : тип покупательского поведения;
- : объемы поставок и упаковка;

I:

S: Репозиционирование товара означает:

- + : изменение представлений покупателей о товаре;
- : замена устаревшей модели обновленной;
- : повышение качества;

I:

S: Кастомизация товара означает:

- + : подгонка стандартного товара под индивидуальные запросы покупателей;
- : повышение качества товара;
- : выявление проблемных товаров;
- : модернизация товара;

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;
- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Баланс интересов пользователя и бизнеса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности создания продуктов, сервисов и решений для сотрудников.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Карты пути сотрудников.	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. Чем отличаются карты пути сотрудников в зависимости от отрасли экономики
2. Есть ли отличия карт пути сотрудников в зависимости от национальных, религиозных и иных характеристик
3. Есть ли специфика мотивирования сотрудников в сфере услуг
4. Какие качества необходимы сотруднику для эффективной работы в индустрии туризма и гостеприимства

1. Учебная дисциплина. СЕРВИС-ДИЗАЙН И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДУКТОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

3. Цели занятия.

- сформировать целостное представление о понятии сервис-дизайна и сервис-мышлении;
- изучить задачи и технологии сервис-дизайна;
- изучение эффектов сервис-дизайна;

- приобрести опыт разработки и анализа концептуальных и теоретических моделей и методов управления проектированием сервиса и управления продуктом в профессиональной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Внедрение изменений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Рефрейминг в продажах: меняем представления клиента	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Приведите примеры Рефрейминг в продажах индустрии туризма
2. Приведите примеры Рефрейминг в продажах индустрии гостеприимства

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: компьютерное тестирование и дискуссия, по тестовым заданиям

Примеры тестовых заданий к разделу 4:

I:

S: Концепция нового товара ? это:

+ : ограниченная несколькими экземплярами серия, предназначенная для выявления суждений потенциальных покупателей;

- : это совокупность идей по поводу нового товара;

- : это прошедшие отбор идеи нового товара;

- : это тщательный продуманный замысел нового товара;

I:

S: Критерии, раскрывающие свойства товара, его предназначения и области применения:

+ : классификационные;

- : нормативно-производственный;

- : консументные;

- : маркетинговые;

I:

S: Эргономические критерии являются составной частью:

+ : консументных критериев;

- : классификационных критериев;

- : нормативно-производственных критериев;

- : маркетинговых критериев;

I:

S: Оперативное управление ассортиментом товаров торгового предприятия предполагается:

- + : определение укрупненного ассортимента;
- + : формирование развернутого ассортимента;
- : отбор методов анализа ассортимента товаров;
- : элиминацию продуктового портфеля фирмы;

I:

S: Оперативное управление ассортиментом товаров производственного предприятия предполагает:

- + : разработку и производство новинок;
- + : вывод из производственной программы товаров, не пользующихся спросом;
- : определение укрупнённого ассортимента;
- : формирование развернутого ассортимента;

I:

S: Производитель переходит от короткого канала распространения к длинному. В этом случае верно утверждение:

- + : уменьшается контроль над рынком;
- : увеличивается контроль над рынком;
- : снижается интенсивность распространения;
- : снижается средняя доля продаж;

I:

S: Участники традиционного канала распределения:

- + : не могут контролировать других участников;
- : не являются отдельными предприятиями;
- : стремятся получить максимальную прибыль в интересах системы в целом;
- : заключают контракты для ведения совместной деятельности;

I:

S: Распространение бензина через сеть заправочных станций, владельцем которых является нефтяная компания

? это пример:

- + : корпоративной вертикальной маркетинговой системы;
- : канала прямого маркетинга;
- : традиционного канала распространения продукции;
- : управляемой маркетинговой системы.

Методические рекомендации по выполнению тестовых заданий указаны в разделе 2

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли проponentов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет

слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примеры тестовых заданий к разделу 4:

I:

S: Каждое рыночное предложение или предложение компании может быть дифференцировано по ?:

- +: товару;
- +: услугам;
- : курсу акций;
- : конкурентам;

I:

S: Компании могут дифференцировать свои товары по таким характеристикам, как ?:

- +: функциональность;
- : консультации;
- : компетентность;
- : доставка;

I:

S: Схема потребительских предпочтений отображает?:

- +: результаты сравнения воспринимаемых потребителем свойств товара;
- : результаты позиционирования товара;
- : результаты сравнения основных свойств товара;
- : мнение потребителей об идеальном сочетании свойств;

I:

S: Основу для позиционирования продукта составляют факторы?:

- +: восприятие продуктов потребителями;
- : покупательского поведения потребителей;
- : поведения потребителей после покупки;
- : намерения потребителей совершить покупку;

I:

S: Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять

существующие или предполагаемые потребности- это... товара(услуги).

- +: качество;
- : единство;
- : количество;

S: В жизненном цикле товара на стадии зрелости:

- +: Норма прибыли от продажи единицы товара падает, а масса прибыли является наибольшей и расходуется на поддержку товаров, находящихся в других фазах жизненного цикла;
- : проводятся дополнительные рекламные кампании для осведомления потребителей о расширении ассортимента товара;
- : ассортимент ограничивается несколькими наиболее ходовыми модификациями товара;
- : широко применяются наценки на товар;

I:

- S: продлению жизненного цикла товара способствует:
- + : разработка новых сфер применения и модификация товара;
 - + : выявление новых групп сбыта и повышение адресности продукции;
 - : развитие методов сбыта;
 - : расширение объема продаж;
 - : ограничение ассортимента наиболее популярными модификациями товара;

Методические рекомендации см. раздел 2

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

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Подготовка к сервисному проектированию

Тема 1.1. Основы сервис-дизайна и управления услугой/продуктом

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 1.2. Стейкхолдеры и глубинное интервью

Иллюстрации:

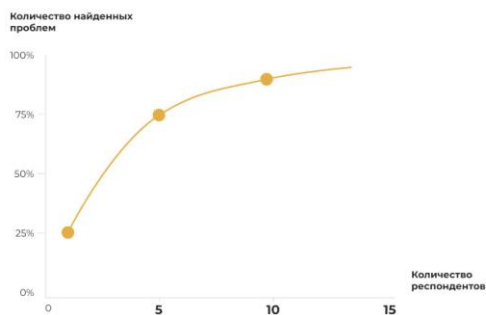


Исследование клиентского опыта. Карта стейкхолдера



Исследование клиентского опыта. Интерес в формате гипотезы

Сколько нужно респондентов?



Исследование клиентского опыта. Количество респондентов

Методы исследований

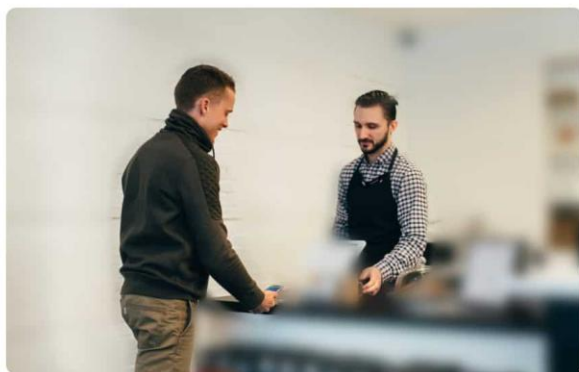


Исследование клиентского опыта. Методы качественного исследования

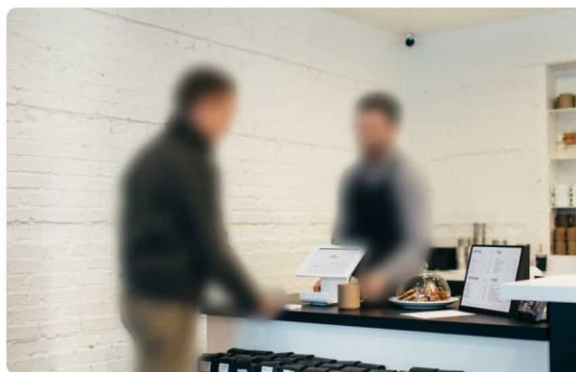


Исследование клиентского опыта. Различие представлений

Роли на этнографии



«Тень»



«Наблюдатель»

А как ты думаешь почему?



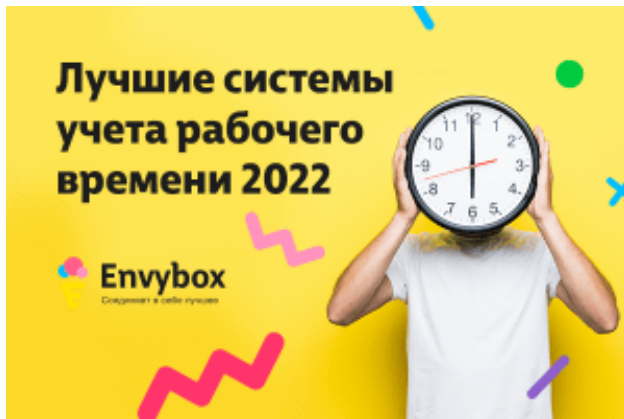
Источник:
<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

<https://highadvance.org/issledovanie-klientskogo-opyta/?ysclid=lhcdkx4eh105001502>

Раздел 2. Исследование потребности клиента. Работа с данными

Тема 2.1. Исследование потребности клиента и его взаимодействие с продуктом

Иллюстрации:



Системы учета рабочего времени





Комментарий эксперта

«Мы обязаны делать клиентов довольными любыми доступными способами!»

Алексей Молчанов, основатель международной IT-компании Envybox

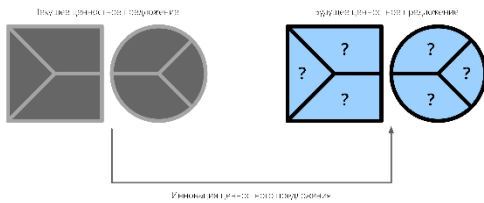
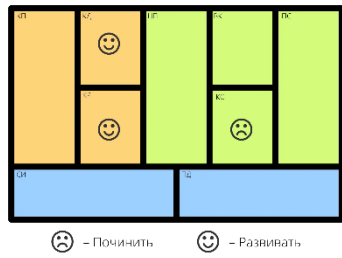
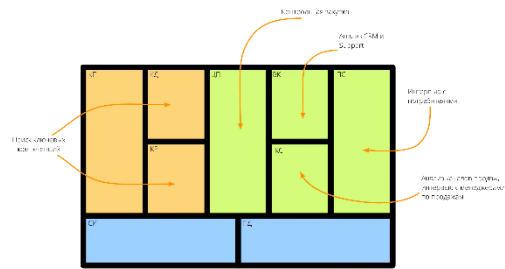
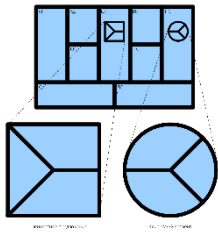
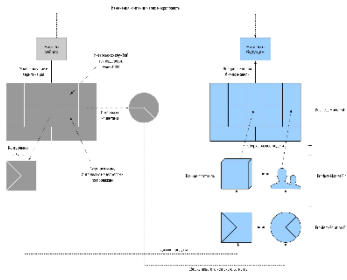


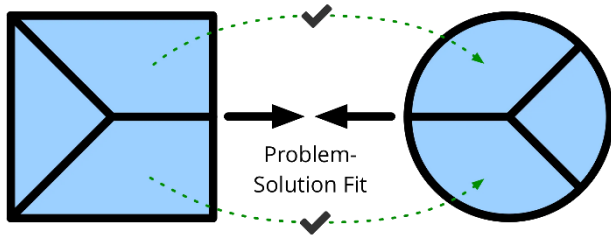
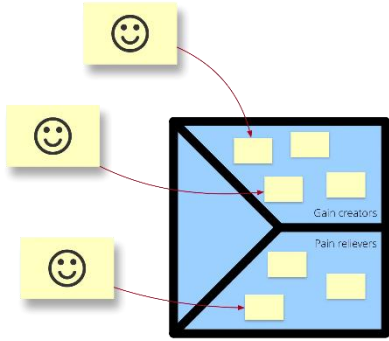
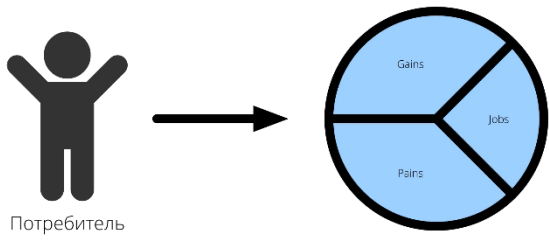
Тип вопроса	Примеры	Плюсы	Минусы
Открытый	Что для вас в товаре важнее всего? Как вы намерены пользоваться продуктом?	Дают возможность клиенту выговориться Предоставляют большой объем информации	Затратные по времени Способны насторожить и отпугнуть покупателя
Закрытый	Вы сторонник классического стиля? Вам интересно наше предложение?	Клиент не испытывает дискомфорта от вопросов	Беседа больше походит на допрос Мало информативны
Альтернативный	Вы предпочитаете брюки-скинни или классику? Вы ищете покупку себе или в подарок?	По сравнению с закрытыми более информативны и в то же время не так навязчивы, как открытые	не способствуют выявлению сопряженных потребностей
Риторический	Это ведь важно, как сидит костюм? Вам бы хотелось купить товар со скидкой?	Помогают создать дружеские отношения	Занимают много времени

Источник: <https://envybox.io/blog/potrebnosti-klientov/>

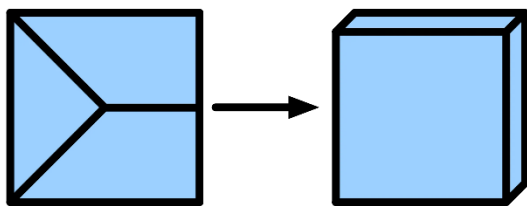
Тема 2.2. Создание востребованного продукта в своей нише

Иллюстрации:

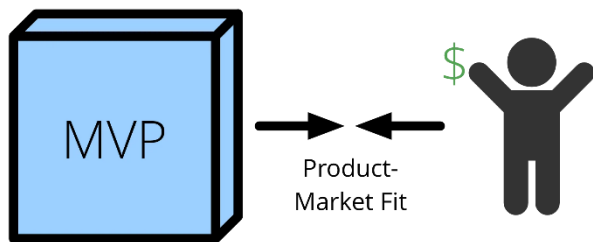




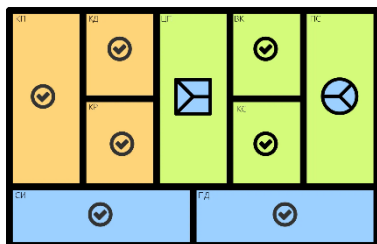
Problem-Solution Fit



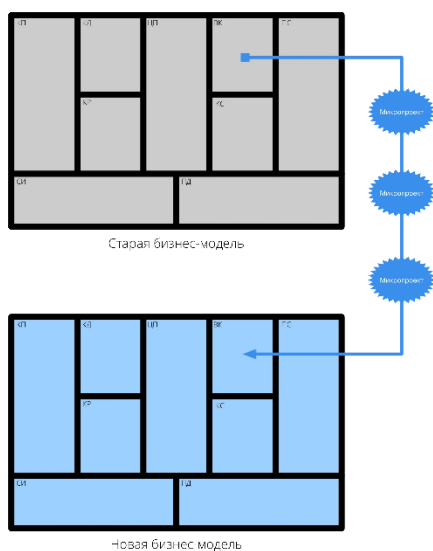
Прототипирование ценностного предложения



Product-Market Fit



Согласованная бизнес-модель



Микропроекты

Источник: <https://medium.com/cxbureau/product-guide-7207a8420842>

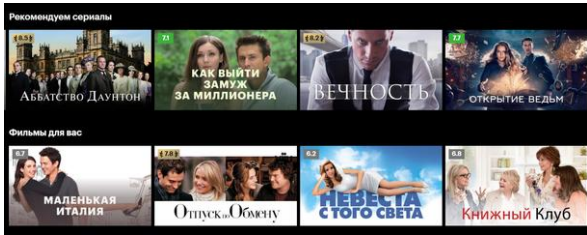
Раздел 3. Поиск проблем и возможностей для проектирования нового сервисного опыта

Тема 3.1. Анализ результатов исследований и принятие решения

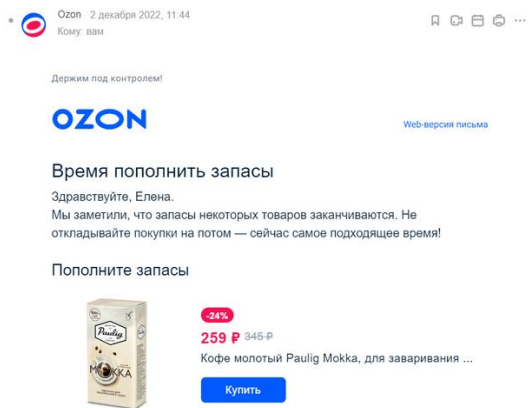
Иллюстрации:



Изображение: coca-colacompany



Система выдаёт то, что, по её мнению, понравится пользователю, ориентируясь на похожие фильмы или жанры

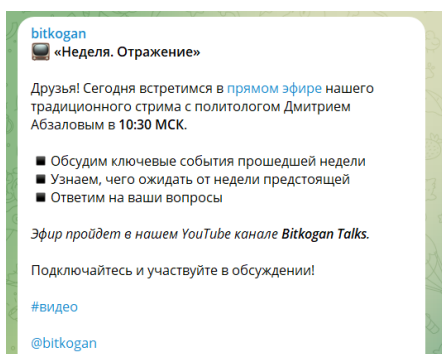


Изображение: twitter. Автор: Янг Бакс



Пример маркетинговой активности от пышечной из Санкт-Петербурга.
Изображение: instagram. Автор: pyshechnaya1958

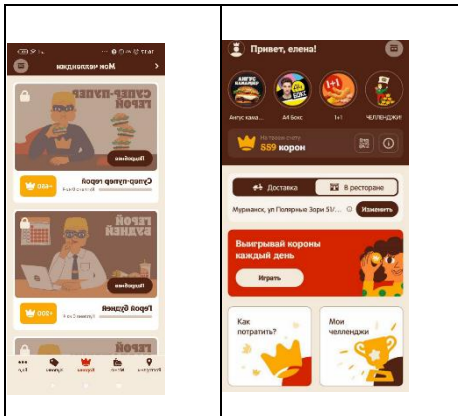
того, они с большей охотой придут на следующий эфир.



Эксперт по финансовым рынкам Евгений Коган каждую неделю проводит прямые эфиры с обратной связью. Изображение: telegram

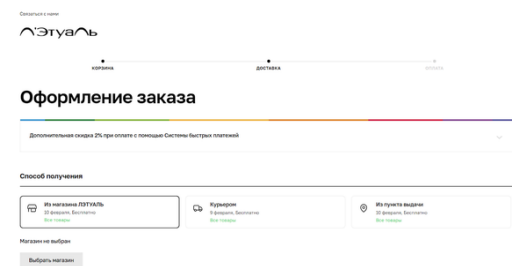
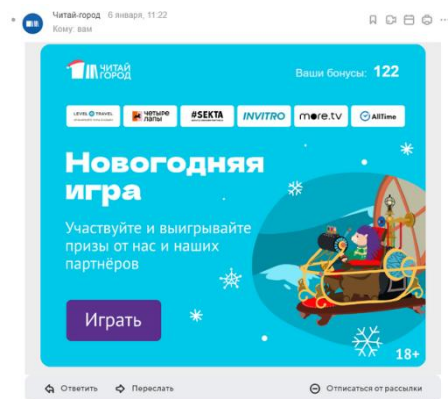


Изображение: telegram

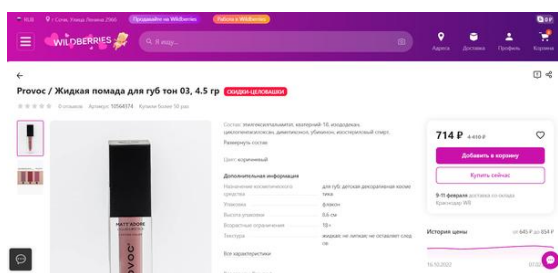


В «Бургер Кинг» игровая механика включает несколько этапов активности — короны за покупку, игры и челленджи

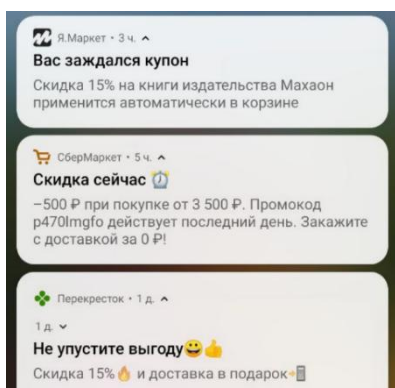
«Читай-город» предлагал клиентам новогоднюю игру со скидками от партнёров и призами в виде баллов.



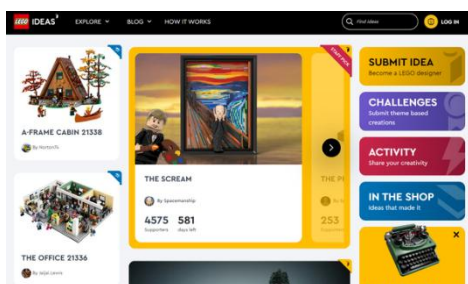
Тот же самый товар на Wildberries можно купить в два клика: нажать кнопку «Купить сейчас», а затем «Заказать».



Сделать заказ на Wildberries проще. Лёгкость и простота процесса покупки повышают не только вовлечённость клиентов, но также их лояльность и количество импульсных покупок.



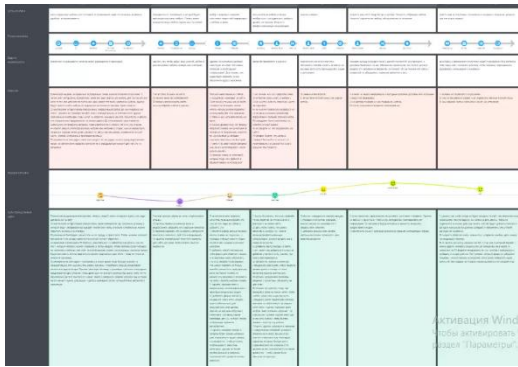
В конкурсе оценивали не только навыки программирования, но и способность творчески подходить к решению задач



$$ER = \frac{\text{Сумма всех реакций за анализируемый период (лайки, шеры, комментарии, сохранения)}}{\text{количество подписчиков на дату подсчёта}} \times 100\%$$

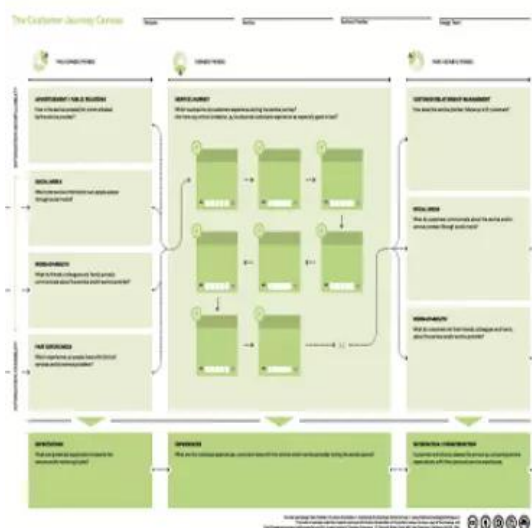
Источник: <https://lpgenerator.ru/blog/что-такое-вовлечение-v-brend/?ysclid=lhcg60q45h75593012>

Тема 3.2. Разработка (составление) карты пути клиента
Иллюстрации:



<https://uxpressia.com/export/p/vlUg0/m/6ZbFG.png?theme=default&isExport=true&isBranding=false>

Canvanizer:



Google таблица:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1bNloU4Ac1b8kI2MN1vs8xHOWHeRiE1dXkQ36COSN-WA/edit#gid=0>

Этап	Формирование стратегии маркетинга и коммуникации	Создание и реализация маркетинговых программ	Выявление потребностей и ожиданий клиентов	Исследование рынка	Позиционирование	Мониторинг результатов	Оценки эффективности	Корректировка стратегии
Цель	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей
Задачи	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей
Методы	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей	Сформулировать стратегию маркетинга и коммуникации для достижения поставленных целей

Источник: <https://vc.ru/marketing/96029-instrukciya-po-sostavleniyu-customer-journey-map-cjm?ysclid=lhcgdqprfh362928903>

Раздел 4. Завершающий обзор подхода сервис-дизайн

Тема 4.1. Мотивирование сотрудников для предоставления качественного сервиса клиентам

Иллюстрации:



Факторы вовлеченности и мотивации сотрудников

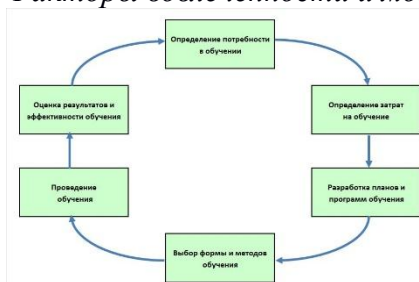


Схема процесса обучения персонала



Пример заключительного отчета операции «тайный покупатель»

Как понять, нужна ли мне CRM?

CRM для вас, если	CRM не подойдет, если
У вас есть отдел продаж, и работа с клиентами основана на телефонных звонках, письмах и встречах. Историко общение нужно хранить в одном месте, чтобы постоянно привлекать новые лиды и выстраивать с ними долгосрочные отношения. Например, CRM-система с интегрированной телефонией идеально подойдет для интернет-магазинов или оптовых компаний.	Вы владеете розничного магазина, и не заинтересованы в выстраивании долгосрочных отношений с клиентами, не заведете и не листаете письма, не отправляете sms-уведомлений. Или же, если вы работаете по долгосрочным контрактам, завязанным на личных отношениях. Здесь не поможет ни одна программа, прибыль зависит исключительно от опыта менеджера.



Это краткая ЕЖМ. Чтобы с первого взгляда было понятно, какие точки касания проседают, карточки можно разделить по цветам. Зеленый цвет — касание проходит без проблем. Желтый — нужны незначительные доработки. Красный — многие сотрудники говорят о проблемах, нужно срочно что-то менять

Цель сотрудника	Наем		
	Точки касания	Проблемы	Решения
Найти работу	Подача резюме		
Інтерв'ю		<p>1. Изменить структуру интервью: начать с описания задач на должности и вопросов по компетенциям, чтобы расположить кандидата. Ответственный — рекрутер Иванова О.</p> <p>2. Уменьшить количество кейсов, которые нужно решить кандидату на техническом интервью, с 3 до 2. Ответственный за составление новых заданий — тимлид разработки Петров Н.</p> <p>3. Приглашать на интервью только заказчика и одного представителя команды, чтобы не пугать кандидатов массовостью. Ответственный — рекрутер Иванова О.</p>	
Оффер/отказ		<p>1. Разработать шаблоны писем неподшедшим кандидатам. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю. и копирайтер Власова И.</p> <p>2. Написать регламент для рекрутеров по обратной связи кандидатам. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю.</p> <p>3. Разослать регламент рекрутерам и провести общий созвон вопрос-ответ по новому процессу. Ответственный — руководитель HR-отдела Макова Д.</p>	
		<p>Лояльность кандидатов к компании снижается, если они не получают обратную связь в случае отказа</p>	
		<p>Часте всего кандидаты отказываются от оффера, если получают контрффер на текущем месте работы</p>	<p>1. Продумать дополнительные вопросы о причинах увольнения и требованиях к новой работе для первого интервью, чтобы заранее отстроиться от контрффера. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю.</p> <p>2. Продумать план коммуникации с кандидатами после отклонения оффера, чтобы выявить причины отказа. Ответственный — HR-менеджер Семенов Ю.</p>

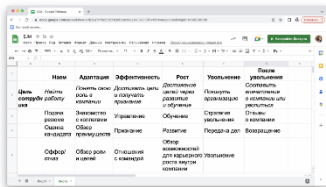
Так выглядит фрагмент подробной ЕЖМ. Помимо этапов пути сотрудника, целей и точек касания, прямо в карте описаны проблемы и способы их решения с указанием ответственных лиц

Проблема	Увеличилась текучесть персонала
Цель создания ЕЖМ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выявить ошибки компании, из-за которых сотрудники решают уволиться. 2. Повысить привлекательность бренда работодателя, чтобы удерживать сотрудников. 3. Улучшить стратегию увольнения. 4. Увеличить количество нейтральных и положительных отзывов о компании от уволившихся сотрудников. 5. Увеличить количество сотрудников, которые возвращаются в компанию.

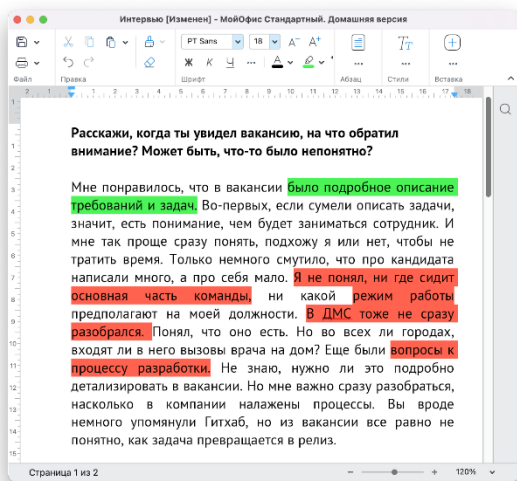
Если конкретной проблемы нет, то цель составления карты скорее исследовательская — найти узкие места в найме, онбординге, развитии и увольнении.

Цель создания ЕJM	Оценить, насколько эффективно проходит адаптация сотрудников
С кем нужно провести интервью	<p>Сотрудники, которые прямо сейчас проходят онбординг</p> <p>Сотрудники, которые уже прошли этап адаптации</p> <p>Сотрудники, которые уволились во время онбординга</p>
	<p>На интервью можно узнать впечатления новичков от онбординга: что полезно, а что нет, не слишком ли долго длится адаптация, чувствуют ли они, что им становится комфортнее в новом коллективе.</p> <p>Общение поможет оценить, какие этапы адаптации показались сотрудникам самыми полезными, а какие — ненужными.</p> <p>Интервью позволит понять, почему сотрудники увольняются на этапе адаптации и какие мероприятия добавить, чтобы этого избежать.</p>

Если стоит цель проанализировать весь путь взаимодействия сотрудника с компанией, нужно опросить четыре группы респондентов:



Набросок ЕJM удобно делать в экселе или гугл-таблицах. Лист уже поделен на строки и



Это отрывок из интервью с разработчиком, который недавно устроился на работу в компанию. Зеленым цветом выделены сильные места, а красным — проблемы



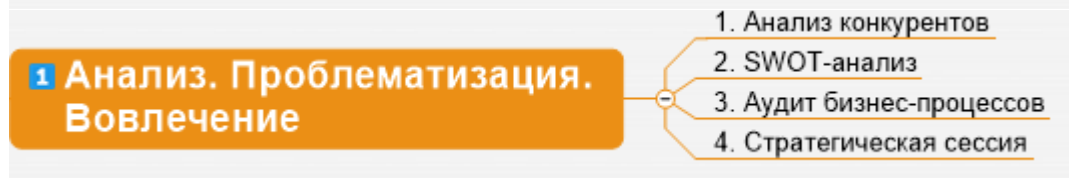
Такую EJM несложно сделать в Miro. Основа — шаблон visual table. Разные цвета стикеров означают наличие или отсутствие проблем в каждой точке касания. Иконка на стикере — статус по решению. Галочка — варианты решения проблемы найдены и согласованы. Лампочка — нужен мозговой штурм. Крестик — пока нет ресурсов решить проблему

Источник: <https://huntflow.ru/blog/ejm/?ysclid=lhch94bch7977158605>

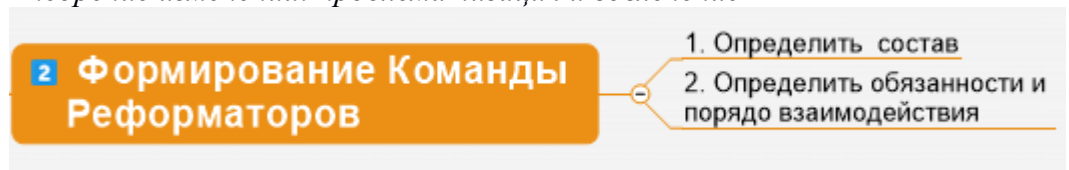
Тема 4.2. Проверка новых решений и внедрение в бизнес

Иллюстрации:

Последовательность этапов при внедрения любых изменений выглядит так:



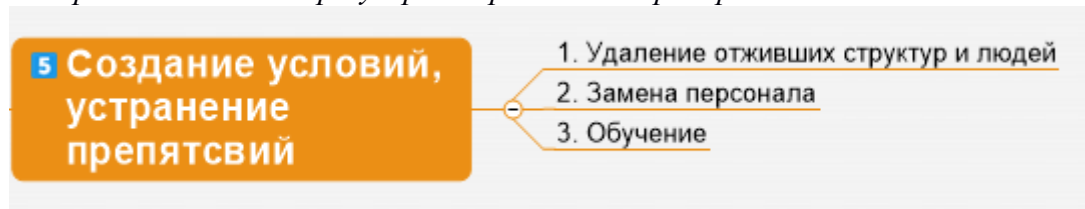
Внедрение изменений: проблематизация и вовлечение



Внедрение изменений: сформировать команду реформаторов



Внедрение изменений: регулярная пропаганда преобразований



Внедрение изменений: создание условий, устранение препятствий

6 Достижение быстрых результатов

1. Запланировать краткосрочные результаты
2. Способствовать их достижению
3. Наградить сотрудников
4. Информировать о результатах всех сотрудников

Внедрение изменений: получение краткосрочных результатов



Внедрение изменений: кривая результативности

7 Анализ и корректировка

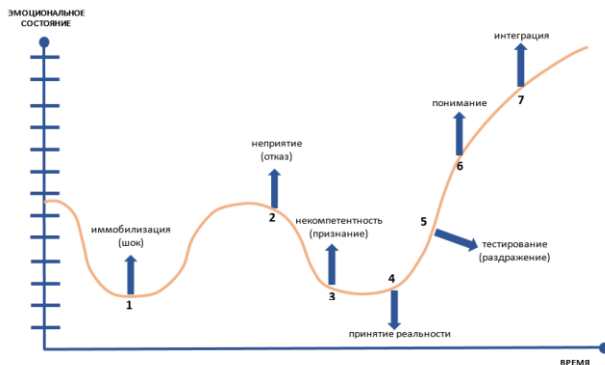
1. Анализ статистики
2. Внедрение корректировок

Внедрение изменений: анализ и корректировка

8 Закрепление и расширение

1. Масштабирование
2. Закрепление в корпоративной культуре

Внедрение изменений: закрепление и расширение



Внедрение изменений: кривая эмоционального состояния

Источник: <https://activesalesgroup.ru/vnedrenie-izmenenij/?ysclid=lhcglqqrzs773304544>

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)

**ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В
СФЕРЕ 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) «Организация государственного и муниципального управления в сфере 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 гг № 556, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

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

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

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
канд.геогр.наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

(подпись)

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

Директор
ООО «Спутник», Москва



А.В. Горбачевская

(подпись)

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

Д-р экон. наук, проф.,

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



Т.И. Зворыкина

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ.....	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	13
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)	88
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	88
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	99
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	99
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	102

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными

вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Структура и функции органов	
Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ	Основные понятия и предмет дисциплины. Признаки власти. Система органов государственной власти в РФ. Полномочия властных структур. Судебная система.
Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ	Система управления рекреацией и туризмом в РФ. Государственные органы специальной компетенции и структура управления рекреацией и туризмом в РФ. Полномочия федеральных органов государственной власти, органов власти субъектов РФ и органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма в РФ. Эволюция центральных органов управления отраслью.
Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма	
Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента	Правовые основы управления в сфере рекреации и туризма в РФ. Классификация актов управления в сфере рекреации

рекреации и туризма РФ	и туризма. Организационно-правовые формы и типология организаций в сфере рекреации и туризма в РФ.
Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом управления в сфере туризма	Система международных нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере туризма. Правовое регулирование в туризме в странах СНГ. Международное сотрудничество. Система нормативно-правовых актов Республики Беларусь по туризму. Иерархия нормативных правовых актов, регулирующих туристические правоотношения.
Раздел 3. Обзор практики организации государственного	
Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма	Получить знания об основных ФЦП в туризме, изучить управление туристской сферой на государственном уровне
Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах	Теоретические основы формирования туристского кластера, развитие мирового туризма, кластерный подход, туристический кластер
Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма	
Тема 4.1. Местное самоуправление	Полномочия органов МС. Деятельность органов МС в сфере рекреации и туризма. Исторические основы местного самоуправления в России.
Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления	Зарубежный опыт организации местного самоуправления Организация МС в США. Организация МС в Японии. Организация МС во Франции. Организация МС в Германии

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. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. История развития управления в античные времена.
2. История развития управления за рубежом.
3. История развития управления в России.

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль и значение управления в современном мире.
2. Органы власти на муниципальном уровне.
3. Органы власти на региональном уровне. Органы власти на федеральном уровне.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы управления физкультурно-спортивным движением.
2. -Нормативно-правовые основы менеджмента в сфере рекреации и туризма в РФ
3. Виды нормативно-правовых актов по регулированию деятельности в сфере рекреации и туризма в РФ.

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация нормативно правовых актов.
2. Виды организационно – правовых форм. Типология организаций в сфере рекреации и туризма.
3. Эволюция роли государственного и муниципального регулирования экономических процессов в современном мире

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие программы развития в сфере туризма Вам известны?
2. Какова структура органов управления сферой туризма в Российской Федерации?
3. Что понимают под социальной эффективностью управленческих решений?

Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятию «концепция».
2. Что такое «Атлас инвестиционных проектов» и где можно с ним ознакомиться?
3. Формы организации производства на территории

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.1. Местное самоуправление

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура управления в сфере рекреации и туризма на федеральном уровне.
2. Полномочия федеральных органов государственной власти субъектов РФ.
3. Полномочия органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма.

Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности местного самоуправления в США. Особенности местного самоуправления в Японии.
2. Особенности местного самоуправления во Франции. Особенности местного самоуправления в Германии, и др. странах.
3. Что означает термин государственные органы специальной компетенции, приведите примеры.

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

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Иллюстрации:



<https://konspekta.net/studopediaru/baza24/9712001396435.files/image001.jpg>

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

Иллюстрации:



https://fortus-science.ru/public/journals/10/article_141_cover_ru_RU.jpg



<https://bstudy.net/htm/img/21/10019/156.png>

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.1. Местное самоуправление

Иллюстрации:



[https://bredy.gov74.ru/files/upload/bredy/Upload/images/0001\(41\).jpg](https://bredy.gov74.ru/files/upload/bredy/Upload/images/0001(41).jpg)

Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Иллюстрации:



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/1/L5PIVeN2xOHfZWRJM3oE0yYcBajkACFpt6KX8b/slide-8.jpg>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Организация государственного и муниципального управления в сфере 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 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 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 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 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/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Система органов государственной власти в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Индустрия туризма как отрасль национальной экономики	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Текст лекции.

Система органов государственной власти в РФ.

Система органов государственной власти - это совокупность органов, осуществляющих властные полномочия объединенная на принципах подчиненности и иерархичности.

Государственную власть в Российской Федерации осуществляют:

- 1) Президент Российской Федерации;
- 2) Федеральное Собрание (Совет Федерации и Государственная Дума);
- 3) Правительство Российской Федерации;
- 4) суды Российской Федерации.

Конституцией РФ закреплен принцип разделения государственной власти на:

- 1) законодательную;
- 2) исполнительную;
- 3) судебную.

Органы законодательной, исполнительной и судебной власти самостоятельны.

Принципами организации и деятельности органов государственной власти в РФ являются: демократизм, законность, единство, гуманизм, научность, выборность, гласность, суверенитет государственной власти, участие граждан в осуществлении государственной власти.

Виды органов государственной власти в РФ.

1. В соответствии с принципом разделения властей: законодательные, исполнительные и судебные.
2. В соответствии со сроком исполнения полномочий: постоянные и временные.
3. В соответствии с характером компетенции: общей компетенции и специальной компетенции.
4. В соответствии с действующей иерархией государственных органов: федеральные, республиканские, местные.
5. В соответствии со способом осуществления полномочий: единоличные и коллегиальные.

Глава 4. Президент Российской Федерации

Статья 80. Президент РФ является главой государства.

Статья 81. 1. Президент Российской Федерации избирается сроком на шесть лет гражданами Российской Федерации на основе всеобщего равного и прямого избирательного права при тайном голосовании.

2. Президентом Российской Федерации может быть избран гражданин Российской Федерации не моложе 35 лет, постоянно проживающий в Российской Федерации не менее 10 лет.

3. Одно и то же лицо не может занимать должность Президента Российской Федерации более двух сроков подряд.

4. Порядок выборов Президента Российской Федерации определяется федеральным законом.

Функции Президента РФ - это основные направления его деятельности в установленной сфере.

- Президент РФ является гарантом Конституции РФ, соблюдения прав и свобод человека и гражданина.

- Представительская функция в международных отношениях.

- Определение основных направлений внутренней и внешней политики.

- Охрана суверенитета РФ и ее независимости.

- Обеспечение согласованного функционирования органов государственной власти.

Полномочия Президента РФ:

Связанные с деятельностью Федерального Собрания:(ст.84)

- назначает выборы Государственной Думы в соответствии с Конституцией РФ и федеральным законом;

- имеет право роспуска Государственной Думы.

- подписывает и обнародует федеральные законы;

- вносит законопроекты в Государственную Думу;

- обращается к Федеральному Собранию с ежегодными посланиями о положении в стране, об основных направлениях внутренней и внешней политики государства.

- назначает референдум.

Связанные с деятельностью исполнительной власти: (ст.83)

- Назначает с согласия Государственной Думы Председателя Правительства.

- Принимает решение об отставке Правительства РФ.

- Утверждает структуру федеральных органов власти.

- Назначает и освобождает от должности федеральных министров.

Связанные с деятельностью органов государственной власти:

- Формирует Администрацию Президента РФ.

Статья 91. Президент Российской Федерации обладает неприкосновенностью.

Статья 92. Президент РФ приступает к исполнению полномочий с момента принесения им присяги и прекращает их исполнение с истечением срока его пребывания в должности с момента принесения присяги вновь избранным Президентом РФ.

Статья 93. 1. Президент Российской Федерации прекращает исполнение полномочий досрочно в случае его отставки, стойкой неспособности по состоянию здоровья осуществлять принадлежащие ему полномочия или отрешения от должности. При этом выборы Президента Российской Федерации должны состояться не позднее трех месяцев с момента досрочного прекращения исполнения полномочий.

2. Президент Российской Федерации может быть отрешен от должности Советом Федерации только на основании выдвинутого Государственной Думой обвинения в государственной измене или совершении иного тяжкого преступления.

Источник: <https://studfile.net/preview/5830932/>

Индустрия туризма как отрасль национальной экономики.

Туризм - важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий, поступления иностранной валюты и т.д. Внутренняя экономическая природа туризма предусматривает, что турист непременно должен оставить свои деньги в посещаемом государстве или местности. Туризм основан на эксплуатации местных туристских ресурсов, и взамен местность или государство должны получить доход. Поэтому турист не имеет права получать заработок из любого источника в посещаемой местности или стране. Иммиграционные службы государства озабочены проблемой ограничения притока рабочей силы и, как правило, разрешают найм иностранных рабочих только в случае острой нехватки собственных трудовых ресурсов или отсутствия специалистов надлежащего профиля, способных выполнять особенные (например, тяжелые, вредные, грязные и т.п.) работы, и на основе особой лицензии. Поэтому туристам запрещается работать в целях получения заработка, это указывается во всех разрешительных документах на въезд (визах). Например, в австралийской визе стоит четкая надпись: "Без права оплачиваемой работы или учебы". Этот принцип также обязателен и для деловых туристов, так как они получают денежное обеспечение в своей стране или по месту работы и, следовательно, привозят деньги в страну пребывания. Кроме того, деловой туризм достаточно прибылен, потому что туристы-бизнесмены тратят денег в таких поездках в 3-4 раза больше, чем туристы других категорий.

В Федеральном законе "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (в редакции от 10 января 2003 г.) дана следующая трактовка этого понятия: "Туризм - временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства... с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания".

В статье 1 Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" предлагается следующая трактовка данного понятия: "Туристская индустрия -

совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков". К туризму следует подходить как к крупному самостоятельному межотраслевому хозяйственному комплексу национальной экономики. Это утверждение можно продемонстрировать следующим образом. Туристы выступают в роли покупателей, т.е. каждый человек стремится по возможности удовлетворить свои потребности в отдыхе. Спрос на путешествия турист выражает, оплачивая туристские работы, услуги и товары и таким образом финансируя туристскую индустрию. Производители туристских работ, услуг и товаров формируют туристское предложение. Они приобретают производственные ресурсы (персонал, землю, капитал), комбинируют их в процессе производства туристского продукта и реализуют его потребителям (туристам), получая доход от продаж. Развитие индустрии туризма (строительство дорог, гостиничных и курортных комплексов, обустройство новых рекреационных территорий) требует больших капитальных вложений и финансируется из разных источников (государственные структуры, частные организации (отечественные и зарубежные), международные организации и т.д.). Рост объемов производства в индустрии туризма передается другим отраслям экономики, где разворачивается инвестиционная деятельность, создаются новые рабочие места, расширяется торговый оборот и, следовательно, увеличивается прибыль. Часть полученных доходов поступает государству в виде налогов. Собранные таким образом средства могут быть направлены на дальнейшее финансирование инфраструктуры индустрии туризма, оказание материальной помощи социально незащищенным группам населения, на развитие системы подготовки персонала для сферы туристских услуг. Индустрия туризма должна рассматриваться как экономическая категория, выражающая совокупность взаимосвязанных отраслей и производств национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий в свободное время при рациональном использовании всех имеющихся туристских ресурсов.

Индустрия в переводе с латинского означает деятельность, производство, промышленность. Если тяжелая индустрия производит орудия труда и средства, легкая индустрия производит предметы народного потребления, то индустрия туризма производит туристский продукт (комплексную услугу или тур) и в его производстве задействовано большое количество различных ресурсов национальной экономики. Произведенный продукт реализуется и приносит доход.

РФ признает туризм как одну из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации (в ст.3 Федерального Закона от 24 ноября 1996 г. "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации").

В 1971 году конференция ООН по торговле и развитию дала следующее определение индустрии туризма: «индустрия туризма – это совокупность производственных и непроизводственных видов деятельности, направленных на создание товаров и услуг для путешественников.

Следовательно, это большая экономическая система с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом (В.И. Азар).

Для современного развития экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование различных межотраслевых комплексов.

По данным Всемирной туристской организации, эта отрасль формирует 11 процентов мирового ВВП, хотя ее доля в мировых основных фондах не превышает 7 процентов. Она вовлекает в оборот около 4 триллионов долларов США, для трети стран участников туристского рынка поступления от туризма составляют основную статью в бюджете, а в 80 странах входят в первую пятерку бюджетформирующих статей.

Эта отрасль обладает высоким инвестиционным мультипликатором: 1 рубль вложений приносит 4 рубля суммарного дохода в других отраслях экономики. Такой же умножающий коэффициент и в занятости - 1 рабочее место в туризме приводит к появлению 4 рабочих мест в отраслях, соучаствующих в производстве туристского продукта.

Доля России в мировых показателях ничтожна. Обладая рекреационными ресурсами не меньшими, чем в странах, успешно зарабатывающих на туризме, она не может похвастать подобными результатами. В России всего три из каждых 100 новых рабочих мест вызваны к жизни туризмом, против 10 в тех странах. Россия в последнее десятилетие превратилась в страну преимущественно выездного туризма и стала ведущим рынком для турфирм Турции, Кипра, Китая, Финляндии, Польши, обеспечивая значительную часть доходов от этого вида деятельности.

Источник: <https://studfile.net/preview/9208704/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какова роль управления в современном мире.
2. Какие системы власти вы знаете
3. Каковы отличия систем органов государственной власти.
4. Что вы знаете о системе управления в сфере рекреации и туризма в РФ.

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Организационная структура управления туризмом в РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Министерство экономического развития и торговли	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Текст лекции.

Организационная структура управления туризмом в РФ

Управление туризмом в РФ сформировано в 3 направления:

- 1. Создание Федеральных Органов исполнительной власти, призванного осуществлять государственное регулирование в сфере туризма.
- 2. Формирование структурных подразделений законодательной власти в субъектах РФ (в настоящее время Созыве Государственной Думы действует комитет по культуре и туризму).
- 3. Создание системы общественного самоуправления туристской отрасли. В РФ действует несколько десятков союзов и ассоциаций (Национальная Туристская ассоциация, РАТА, Российская Ассоциация Детского туризма).
- 5 июня 2000 г. Постановлением Правительства РФ государственное управление в сфере туризма было передано Министерству экономического развития и торговли.

В Министерстве Экономического развития и торговли 46 департаментов.

Департамент по Туризму состоит из 6 отделов:

- 1. Отдел организации туристской деятельности и государственное управление туризмом (нормативно-правовая база).
- 2. Отдел международного сотрудничества.
- 3. Отдел межрегиональной и межотраслевой координации и региональной политики.
- 4. Стратегическое планирование туризма.
- 5. Отдел информационного обеспечения.
- 6. Отдел инвестиционной политики.

Главными задачами Федерального Органа исполнительной власти являются:

Формирование нормативно-правовой базы.

Привлечение инвестиций в гостиничное хозяйство (создание цепей).

Координация туристического бизнеса.

Одной из главных задач государственного регулирования в сфере туризма является создание единой методической и правовой основы федеральной системы лицензирования, сертификации туристских и гостиничных услуг, предоставляемых в РФ в соответствии с принятыми международными нормами и правилами, а так же контроль за ее функционированием.

Государственная регистрация туристской деятельности осуществляется следующим образом:

создание нормативных и правовых актов, направленных на упорядочение и совершенствование отношений в сфере туристской индустрии

содействие в продвижении турпродукта на внутреннем и мировом туристском рынке

лицензирование, стандартизация в туристской индустрии, сертификация туристского продукта

прямые бюджетные ассигнования на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма

защита прав и интересов туристов, обеспечение их безопасности

налоговое и таможенное регулирование

предоставление льготных кредитов, установления налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории РФ

Система управления туризмом в РФ (рис. 1) включает в себя следующие уровни:

- 1. Президент (исполнительная власть).

- 2. Правительство РФ (кабинет министров).
- 3. Министерство экономического развития и туризма (департамент по туризму).
- 4. Органы исполнительной власти в субъектах РФ (отделы, департаменты, комитеты, министерства). В ПК Комитет по туризму - совет экспертов, межвузовский координационный совет по подготовке тур. кадров.

Лицензирование на осуществление туроператорской и турагентской деятельности - разрешительный официальный документ на осуществление туристским предприятием соответствующей деятельности в пределах РФ в течение установленного срока, который определяет и регулирует условия её действ. 2001 г. - закон «О лицензировании отдельных видов деятельности», 2002 г. 11 февраля - Постановление №95 «О лицензировании туроператорской и турагентской деятельности».

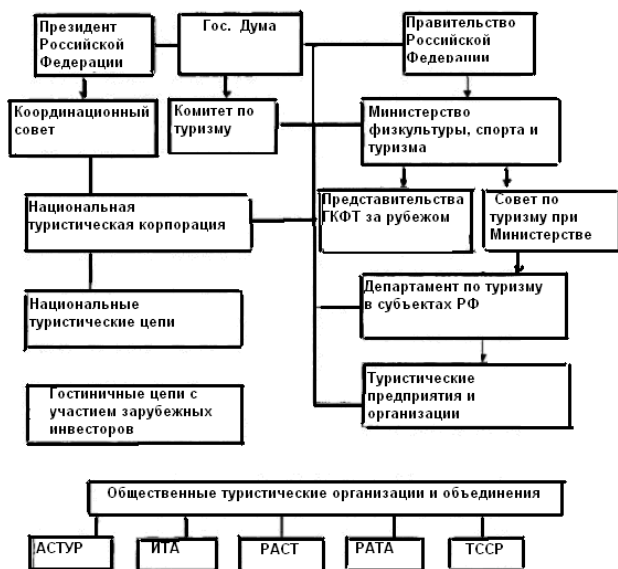


Рисунок 1. Система управления туризмом в РФ

Осуществление туристических операций предполагает определённые отношения между туристами - потребителями туристических услуг и туристическими фирмами - их производителями и реализаторами, а также отношения последних с различными организациями (банками, транспортными и страховыми компаниями и т.п.), обеспечивающими исполнение этого вида международных услуг.

Туроператорская деятельность - это деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (туроператором).

Турагентская деятельность - деятельность по продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

Взаимоотношения между туроператором и туристом чаще всего строятся на основании агентского договора о предоставлении первым второму права на реализацию туристического продукта, сформированного туроператором.

Основные участники туристического бизнеса и система их отношений представлена на рисунке 2:

(*) - субъекты операций на международном туристском рынке.

Рисунок 2. Основные участники туристического бизнеса и система их отношений

Таким образом, автором рассмотрена система управления туризмом в России, а также нормативно-правовая база туризма.

Можно отметить, что система управления туризмом в России включает следующие уровни:

- 1. Президент (исполнительная власть).
- 2. Правительство РФ (кабинет министров).
- 3. Министерство экономического развития и туризма (департамент по туризму).

- 4. Органы исполнительной власти в субъектах РФ (отделы, департаменты, комитеты, министерства).

Источник:

https://vuzlit.com/401497/organizatsionnaya_struktura_upravleniya_turizmom?ysclid=lhdkhqr0ej905711758

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Государственные органы специальной компетенции.
2. Структура управления в сфере рекреации и туризма на муниципальном уровне.
3. Структура управления в сфере рекреации и туризма на федеральном уровне.
4. Полномочия федеральных органов государственной власти субъектов РФ.
5. Полномочия органов местного самоуправления в сфере рекреации и туризма в РФ.

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирующего) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты)	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Туристские формальности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Текст лекции.

Оказание туристских услуг – это предпринимательская деятельность. Отношения между гражданами (туристами) и предпринимателями (туристскими организациями и индивидуальными предпринимателями) регулируются гражданским законодательством. Обязательственные отношения между указанными субъектами возникают на основе гражданско-правовых договоров.

Большинство норм Федерального закона “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” регулируют отношения между туристскими организациями и гражданами по поводу оказания туристских услуг. Следовательно, гражданско-правовая сущность этих норм бесспорна. Гражданское законодательство в соответствии с Конституцией РФ находится в исключительном ведении Российской Федерации, равно как и установление правовых основ единого рынка, финансовое, валютное, кредитное, таможенное регулирование, основы ценовой политики и другие положения, определяющие правовые рамки предпринимательской деятельности.

Нормативные правовые акты Российской Федерации, действующие в сфере туризма, можно разделить на две группы.

Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты):

Гражданский кодекс Российской Федерации ;

Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. N 2300-1 “О защите прав потребителей”;

Федеральный закон от 30 марта 1999 г. N 52-ФЗ “О санитарно- эпидемиологическом благополучии населения” и др.

Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты):

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”;

Указ Президента РФ от 18 ноября 2004 г. N 1453 “О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту”;

Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. N 452 “Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта”;

Постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 г. N 408 “О Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации”;

Постановление Правительства РФ от 11 декабря 1998 г. N 1488 “О медицинском страховании иностранных граждан, временно находящихся в Российской Федерации, и российских граждан при выезде из Российской Федерации”;

Положение об оказании помощи по страховым случаям гражданам Российской Федерации, находящимся на территории иностранного государства, утв. постановлением Правительства РФ от 1 октября 1998 г. N 1142;

Инструкция о порядке оформления и выдачи паспортов гражданам Российской Федерации для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию, утв. приказом МВД России от 26 мая 1997 г. N 310, и др.

В сфере туризма действует ряд государственных стандартов, утвержденных Госстандартом России (Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии), лежащих в основе сертификации туристских услуг:

ГОСТ 28681.0-90 “Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения”;

ГОСТ Р 50644-94 “Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов”;

ГОСТ Р 51185-98 “Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования” и др.

ГОСТ Р 50690-2000 “Туристские услуги. Общие требования”, введенный в действие с 1 июля 2001 г., восполнил некоторые пробелы в правовом обеспечении туристской деятельности. Например, в нем приведены определения, отсутствующие в Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”: экскурсант, экскурсионная услуга, туристская услуга, маршрут путешествия, направляющая сторона, принимающая сторона, договор с туристом, аннуляция и др., дана классификация туристских услуг, а также видов туров (оздоровительные, познавательные, профессионально-деловые, спортивные, религиозные, с другими целями). Стандарт определил условия для договоров о выездном туризме в части ответственности принимающей стороны – иностранной туристской организации и перевозчика, для договоров между туроператором и турагентом в части ответственности друг перед другом, для договоров между туроператором (турагентом) и туристом в части ответственности туроператора (турагента), определил требования к информации о туре, содержание памятки для туриста, требования к офису туроператора (турагента), оказывавшего туристские услуги.

Путешествия, связанные с пересечением туристами государственной границы, предусматривают осуществление туристских формальностей, т.е. проверку соблюдения туристами и туристскими организациями условий и правил, установленных государственными органами стран выезда и въезда.

Туристские формальности – это паспортные, визовые, таможенные, медицинские, валютные правила, страхование туристов.

Все виды туристских формальностей регулируются законодательными и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации. Основные из них: Таможенный кодекс РФ; Гражданский кодекс РФ, глава 48 “Страхование”; Закон РФ от 1 апреля 1993 г. N 4730-1 “О Государственной границе Российской Федерации”; Федеральный закон от 15 августа 1996 г. N 114-ФЗ “О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию”; Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173-ФЗ “О валютном регулировании и валютном контроле”; Указ Президента РФ от 12 марта 1996 г. N 371 “О совершенствовании порядка пересечения Государственной границы Российской Федерации”; Указ Президента РФ от 4 мая 1998 г. N 488 “О мерах по обеспечению прав граждан Российской Федерации на свободный выезд из Российской Федерации”.

Действует ряд иных законодательных актов, а также актов федеральных органов исполнительной власти, детально регламентирующих осуществление каждого вида туристских формальностей, следовать которым обязаны и туристы, и туристские организации как производители и продавцы турпродукта.

Объектом межгосударственного регулирования становится туристская деятельность, осуществляемая в странах СНГ. В соответствии с решением глав правительств Содружества Независимых Государств в сентябре 1994 г. образован Совет по туризму стран СНГ.

Основными актами о сотрудничестве государств – участников СНГ в области туризма являются:

Межправительственное соглашение от 23 декабря 1993 г. “О сотрудничестве в области туризма”;

рекомендательный законодательный акт от 29 октября 1994 г. “Об основных принципах сотрудничества государств – участников СНГ в области туризма”;

Межгосударственная целевая программа от 14 февраля 1996 г. “Развитие туристских связей между государствами – участниками СНГ” и др.

Важнейшими инструментами государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей являются стандартизация, лицензирование и сертификация в туризме.

Стандарт – это документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности. Стандарт предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт соответствующим своему назначению. Стандартизация должна распространяться на [38, с. 90]:

- термины и определения, необходимые для взаимного понимания;
- классификацию типов туристских организаций и видов их деятельности;
- способы и методы продвижения турпродукта;
- способы оценки и минимизации рисков.

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, а также защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

Под сертификацией туристских услуг понимается подтверждение органом по сертификации соответствия реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных документов по обслуживанию.

Иначе говоря, сертификация – это гарантия определенного уровня качества. Более точно определение сертификации дано в Федеральном законе от 27 декабря 2002г. №184-ФЗ «О техническом регулировании». Назначение сертификации можно определить следующим образом. Это:

удостоверение соответствия продукции, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работ, услуг или иных объектов техническим регламентам, стандартам, сводам правил, условиям договоров;

содействие приобретателям в компетентном выборе продукции, работ, услуг;

повышение конкурентоспособности продукции, работ, услуг на российском и международном рынках;

создание условий для обеспечения свободного перемещения товаров по территории Российской Федерации, а также для осуществления международного экономического, научно-технического сотрудничества и международной торговли.

Сертификация туристских услуг является механизмом управления качеством обслуживания, дающим возможность оценить уровень услуг и подтвердить их безопасность для потребителей. Федеральный закон «О техническом регулировании» (ст. 20) предусматривает обязательную и добровольную формы подтверждения соответствия. Таким образом, сертификация может носить обязательный и добровольный характер. Добровольная сертификация осуществляется по инициативе организации. Обязательная сертификация осуществляется для подтверждения соответствия обязательным нормам и требованиям (это требования по обеспечению защиты жизни или здоровья населения, по охране окружающей среды и т.п.) [27].

Обязательной сертификации подлежат:

услуги гостиниц;

туристский отдых и путешествия по туристским маршрутам;
экскурсионные услуги.

Лицензия — это разрешение, выдаваемое государственным органом юридическим или физическим лицам на осуществление туристской (гостиничной) деятельности в течение определенного времени при соблюдении ряда условий. Порядок выдачи лицензии осуществляется в соответствии с Федеральными законами «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и «О лицензировании отдельных видов деятельности». Постановлением Правительства РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности» определены органы, уполномоченные лицензировать виды деятельности. В сфере туризма таким органом до 2005 г. являлся Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре, спорту и туризму, который осуществлял лицензирование туристской деятельности и делегировал на договорной основе функции по выдаче лицензий отечественным туристским фирмам региональным органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Сейчас данный орган переименован в Федеральное агентство по туризму.

Туристские предприятия, получившие государственную лицензию на туристскую деятельность, заносятся в Государственный реестр. Орган, выдавший лицензию, может прекратить ее действие из-за несоблюдения турфирмой лицензионных требований.

Одним из требований при получении сертификата является наличие обучения представителя организации. Обучение проводится Центром государственного санитарно-эпидемиологического надзора. По окончании обучения выдается свидетельство о прохождении обучения по вопросам профилактики карантинных и паразитарных заболеваний, по которому обладателю свидетельства разрешена работа по инструктажу граждан, выезжающих в страны, эндемичные по данным инфекциям. Вышеуказанное свидетельство (копия) предоставляется в орган по сертификации туристических услуг.

Сертификации в области туризма подлежит следующий перечень услуг:

1. Услуги туроператора по организации внутреннего туризма

тур оздоровительный
тур познавательный
тур профессионально-деловой
тур спортивный
тур религиозный
прочие туры

2. Услуги туроператора по организации выездного туризма

тур оздоровительный
тур познавательный
тур профессионально-деловой
тур спортивный
тур религиозный
прочие туры

3. Услуги туроператора по организации въездного туризма

тур оздоровительный
тур познавательный
тур профессионально-деловой
тур спортивный
тур религиозный
прочие туры

4. Услуги турагента

5. Отдельные услуги туроператора и турагента

Услуги по организации проживания туристов

Услуги по организации питания туристов

Услуги по организации перевозок туристов различными видами транспорта
 Обучение основам туристских и альпинистских навыков
 Организация экскурсий.

После представления необходимых документов для сертификации туристических услуг руководителем органа по сертификации выносится так называемое решение по заявке о создании экспертной Комиссии по проведению сертификации туристских услуг. Затем Комиссия осуществляет выезд на сертифицируемый объект.

Комиссией, после предоставления организацией всех документов при проведении проверки сертифицируемого объекта, составляется протокол сертификационной проверки, который подписывается членами экспертной комиссии и представителем организации.

Затем органом по сертификации выставляется счет за проведение услуг по сертификации, организацией счет оплачивается, и, при положительном решении комиссии туроператор (турагент) становится обладателем сертификата соответствия туристических услуг.

Источник: <https://studfile.net/preview/11666644/page:2/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программа по развитию туризма в г. Москва
2. Программа развития круизного туризма в Азово-Черноморском регионе
3. Программа развития туризма в Дальневосточном федеральном округе
4. Программы по туризму для детей с ОВЗ
5. Программы развития туризма в малых городах России
6. Программы развития туризма на территориях муниципальных образований

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международные нормативные актов общего характера	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Международные нормативные специального характера	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	--	--

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2 Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Текст лекции.

Международные нормативные акты, регулирующие отношения в сфере гостиничного и туристского бизнеса

В сфере международного туристского и гостиничного бизнеса применяется целый ряд международных нормативных актов как общего, так и специального характера. Актами общего характера являются Всеобщая декларация прав человека и гражданина ООН 1948 г., Международный пакт о гражданских и политических правах 1966 г. и Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах 1966 г., в которых получили закрепление основные права человека и гражданина, в том числе связанные с его правами на свободу передвижения, на отдых и т.д.'

Принят целый ряд специальных международных правовых актов, посвященных вопросам туризма в целом и международного туризма в частности. В них отражены принципы туризма, такие как: право на туризм; обеспечение свободы доступа к туристским ресурсам; ту-

ристские ресурсы — достояние человечества; развитие международного туризма на основе концепции устойчивого развития; принцип безопасности международного туризма и запрета использования его в противоправных целях; принцип информационного обеспечения международного туризма; обязанность государств содействовать и участвовать в развитии национального и международного туризма.

Указанные и другие принципы получили отражение в Общей резолюции Дипломатической конференции ООН по международному туризму и путешествиям 1963 г.; Заключительном акте Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе 1975 г.; Манильской декларации по мировому туризму 1980 г.; Документе Акапулько Всемирного совещания по туризму 1982 г.; Хартии туризма и Кодексе туриста 1985 г.; Итоговом документе Венской встречи представителей государств — участников Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе 1989 г.; Гаагской декларации по туризму 1989 г.; Декларации Мирового туристского форума Всемирной конференции министров по туризму 1994 г. и многих других.

В Глобальном этическом кодексе туризма, принятом на 13-й сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации в 1999 г. (ст. 7), впервые было провозглашено «право на туризм», в основе которого лежат право человека на отдых и досуг, право на разумное ограничение рабочего времени и периодические оплачиваемые отпуска.

Указанные выше международные документы содержат в основном нормы-принципы, которые носят по большей части декларативный характер. Провозглашая названные в них принципы, они ориентируют государства на совершение тех или иных действий, в том числе на заключение международных договоров, направленных на поддержание и развитие международного и национального туризма.

Огромную роль в развитии международного туризма и его правовом регулировании играют международные договоры (соглашения), заключаемые между государствами по вопросам туризма. Такие соглашения могут быть двусторонними и многосторонними,

универсальными и региональными. Первостепенное значение среди них имеют следующие двусторонние соглашения, заключенные Россией со многими государствами:

? договоры о дружбе и сотрудничестве, договоры о дружественных отношениях и сотрудничестве И Т.П.;

? соглашения о торговле, экономическом и техническом сотрудничестве, о торговле и экономическом сотрудничестве И Т.П.;

? соглашения о культурных связях, о культурном сотрудничестве, о сотрудничестве в областях культуры, науки, образования, спорта и туризма и т.п.;

? соглашения о сотрудничестве в области туризма;

? соглашения, регулирующие отдельные аспекты осуществления международных туристских обменов.

Центральное место среди указанных соглашений занимают соглашения о сотрудничестве в области туризма. Подобные соглашения межправительственного характера заключены Россией более чем с 25 странами, в некоторых Россия участвует в качестве правопреемника СССР. Ряд таких соглашений Россия заключила с постсоветскими государствами. Принимаемые государствами в этих соглашениях обязательства имеют в целом схожий характер, различия в основном касаются развиваемых приоритетных видов туризма, а также детализации отдельных положений (поощрение инвестиций, научное сотрудничество, профессиональная подготовка специалистов и т.п.).

Среди соглашений, регулирующих отдельные аспекты осуществления международных туристских обменов, необходимо выделить соглашения о безвизовом режиме, об упрощении визовых процедур, о безвалютном обмене туристскими группами.

Ряд положений, касающихся сферы международного туризма, содержатся в Соглашении о партнерстве и сотрудничестве, учреждающем партнерство между Российской Федерацией, с одной стороны, и Европейскими сообществами и их государствами-членами, с другой стороны (о. Корфу, 24 июня 1994 г.), а также в трех дополнительных Протоколах к нему. В частности, в ст. 75 Соглашения сказано, что стороны расширяют и развивают сотрудничество между собой, которое включает:

? упрощение торговли туристскими услугами;

? взаимодействие официальных туристских органов;

? увел имение взаимного обмена информацией;

? передачу ноу-хау;

? изучение возможностей реализации совместных проектов.

Одним из наиболее важных многосторонних соглашений, в котором затрагиваются вопросы урегулирования туристских формальностей, является Конвенция ООН о таможенных льготах для туристов 1954 г. и Дополнительный протокол к ней, вступившие в силу для СССР 15 ноября 1959 г. Основная цель указанной Конвенции состоит в принятии государствами — ее участниками мер к тому, чтобы не вводить такие таможенные порядки, которые могли бы иметь значительные препятствия для развития международного туризма.

Другим международным соглашением, в котором содержатся положения о таможенных формальностях и процедурах, является Киотская конвенция по упрощению и гармонизации таможенных процедур 1973 г., в ред. Брюссельского протокола 1999 г. С недавнего времени Российская Федерация является участницей указанной Конвенции в редакции указанного Протокола.

Среди международных конвенций, регулирующих договорные отношения в сфере ГТБ, следует назвать Брюссельскую конвенцию по контракту на путешествие, принятую в рамках Международного института по унификации частного права (УНИДРУЛ) в 1970 г. Однако Конвенция пока не вступила в силу (она подписана 15 государствами, но ратифицирована только тремя — Бельгией, Италией и Того). В Конвенции рассматриваются два вида контрактов на путешествие: контракт на организацию путешествия (organized travel contract) и посреднический контракт на путешествие (intermediary travel contract).

Источник:

https://bstudy.net/704358/turizm/mezhdunarodnye_normativnye_akti_reguliruyuschie_otnosheniya_sfere_gostinichnogo_turistskogo_biznesa?ysclid=lhdkus1tpt280958985

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие цели декларирует и как осуществляет реализацию поставленных задач Всемирная туристская организация (ЮНВТО)?
2. Каковы основные концепции и понятия в сфере публичного управления туризмом за рубежом?
3. Каковы особенности публичного управления туризмом в Канаде?
4. Каковы пути реализации федеральных и муниципальных программ в туристской отрасли в современной Германии?

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	ФЦП: понятие, ключевые моменты	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	ФЦП: опыт и перспективы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

Текст лекции.

В последние годы развитию туризма в России уделяется особое внимание, что выражается в создании необходимых организационноэкономических условий при соответствующем уровне правового обеспечения.

Россия обладает всеми необходимыми ресурсами для успешного развития внутреннего и въездного туризма. Известно, что туризм обладает мультипликативным эффектом, способствует развитию до 60 отраслей экономики страны.

Туризм является долгосрочным драйвером социально- экономического развития Российской Федерации, который позволяет решить следующие задачи: развитие малых и средних форм бизнеса; развитие самозанятости населения; питательная среда» для реализации долгосрочной стратегии несырьевого сбалансированного развития России.

Установлено, что одно рабочее место в сфере туризма приводит к созданию до 5 рабочих мест в смежных отраслях. В условиях экономического кризиса развитие туризма может стать одной из «точек роста» экономики на федеральном и региональном уровнях. При этом для выхода из кризиса одной из очевидных мер является стимулирование спроса на товары и услуги. С этой точки зрения туризм является важнейшим катализатором экономического роста многих стран^[1].

Развитие туризма - одна из первостепенных задач государства, направленная на развитие экономики, занятости и оздоровления населения. Перед Правительством Российской Федерации поставлена задача по увеличению объёма экспорта услуг. В этих условиях возрастает роль туризма в изменяющейся структуре экономики.

Таким образом, российский туризм вступает в новую стадию своего развития. Подтверждением этому является передача функций управления туризмом от Министерства культуры Российской Федерации к Министерству экономического развития^[2].

Министерству экономического развития передаются функции по выработке и реализации государственной политики, а также по нормативно-правовому регулированию в сфере туристской деятельности. С этой целью Минэкономразвития РФ планирует разработать стратегию развития туристской отрасли до 2035 года. Также при этом министерству передаются функции госнадзора за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ»^[3].

Признавая приоритет развития внутреннего и въездного туризма, государство обеспечивает реализацию Федеральной целевой программы (далее - ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»^[4].

В 2018 году закончилось действие этой программы. Для полной оценки её результатов ещё требуется некоторое время, что связано с обработкой информации и расчётом необходимых показателей для определения достижимости целевых индикаторов, определённых в качестве целей программы (табл. 1).

В этой связи проанализируем итоги данной программы и оценим перспективы реализации, разрабатываемой сейчас новой ФЦП развития туризма. Следует отметить, что ФЦП развития туризма планировалась на принципах государственно-частного партнёрства с целью повышения конкурентоспособности российского туристского рынка, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах^[5].

Для достижения данной цели требовалось решить три основные задачи:

- 1. Развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации - с запланированным объёмом финансирования 327,6 млрд, руб.;

- 2. Повышение качества туристских услуг - объем финансирования 740,5 млн. руб.;
- 3. Продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках - планировалось выделение 3,7 млрд. руб.

Целевые индикаторы реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»^[6]

Наименование индикатора	ед. изм.	план / факт	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Численность граждан РФ, размещенных в коллективных средствах размещения (КСР)	млн. чел.	план	31,5	31,9	32,5	33	33,5	34	4,5	35
		факт		29,31				-		
Численность иностранных граждан, размещенных в КСР	млн. чел.	план	4,1	4,6	5,4	6,1	6,7	7,4	8	8,7
		факт		3,9				-		
Площадь номерного фонда КСР	тыс. кв. м.	план	14421	14619	14927	15180	15433	15686	15939	16192
		факт		11776				-		
Инвестиции в основной капитал средств размещения (гостиницы, места для временного проживания)	млн. руб.	план	20109	20523	21168	21697,5	22227	22756,5	23286	23815,5
		факт		42007,1				-		
Количество койко-мест в КСР	ТЫС	план	1305	1321	1347	1368	1389	1410	1431	1452

Наименование индикатора	ед. изм.	план/ факт	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	ед.	факт		1312				-		
Количество работающих в КСР	тыс. чел.	план	521	527	536	543,5	551	558,5	566	573,5
		факт		391				-		
Количество работающих в туристских фирмах	тыс. чел.	план	41	42	43	44	45	46	47	48
		факт		47				-		
Объем платных туристских услуг, оказанных населению	млрд. руб.	план	101	110	123	134	145	156	167	178
		факт	95,4	113				-		
Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	млрд. руб.	план	126	136	153	166,5	180	193,5	207	220,5
		факт	121,2	125,5				-		

При этом структура расходов на реализацию программы имеет следующий вид:

- средства федерального бюджета - 96 млрд. руб. (28,9%), в том числе, капитальные вложения - 92,99 млрд, руб., прочие расходы - 3,01 млрд, руб.;
- средств бюджетов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований - 25 млрд. руб. (7,5%);
- средства внебюджетных источников - 211 млрд. руб. (63,6%).

Сопоставив указанные выше цифры можно заметить, что средства внебюджетных источников составляют почти 64% от общего объёма выделенных средств, так как реализация ФЦП развития туризма была основана на принципе государственно-частного партнёрства.

При этом за счет средств федерального, регионального и местных бюджетов предполагалось создание туристско-гостиничной и инженерной инфраструктуры. Внебюджетные источники финансирования должны были обеспечить финансирование строительства объектов туристско-гостиничной индустрии. Совокупный объем затрат на реализацию данной программы составляет 332 млрд. руб.

Конечно, при таком подходе к реализации данной программы, могли возникнуть риски того, что в условиях финансово-экономического кризиса могла возникнуть ситуация, когда внебюджетные инвестиции могли быть сокращены. При этом не допускалось замещение средств внебюджетных источников средствами федерального бюджета. Кризис, затронувший туристский рынок России в 2014 году, серьезно повлиял на всех участников туристского рынка. Приходилось изыскивать резервы для дополнительного финансирования средств, недополученных от бизнес-структур, пострадавших от экономического кризиса. При этом получалось, что каждый регион, который принимал участие в программе, должен был на 1 рубль бюджетных средств привлечь 3,6 руб. внебюджетных средств.

В конечном итоге на реализацию программы были потрачены 131,3 млрд, руб., причём, из внебюджетных источников - 96,3 млрд, руб., из источников субъектов РФ и местных источников - 10,4 млрд, руб., из федерального бюджета - 24,6 млрд. руб.¹.

¹Федеральное агентство по туризму Российской Федерации (Ростуризм) / Презентация хода реализации Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)". URL: [http:// www.russiatourism.ru/ai>L\(n.pdf](http://www.russiatourism.ru/ai>L(n.pdf) (дата обращения 26.01.2019).

Если обратиться к цифрам, то по итогам реализации данной программы были построены 45 туристских кластеров (38 туристско-рекреационных и 7 автотуристских) в 35 субъектах РФ (табл. 2).

Таблица 2

Инвестиционные проекты, в сфере туризма, реализуемые в субъектах РФ в рамках реализации ФЦП² [8]

№ п/п	Кластер	Тип кластера
2011 г.		
1	«Рязанский», Рязанская обл.	туристско-рекреационный
2	«Псковский», Псковская обл.	туристско-рекреационный
3	«Белокуриха», Алтайский край	туристско-рекреационный
4	«Золотое кольцо», Ярославская обл.	туристско-рекреационный
5	«Плёт», Ивановская обл.	туристско-

		рекреационный
6	«Золотые ворота», Алтайский край	автотуристский
2012 г.		
7	«Абрау-Утриш», Краснодарский край	туристско-рекреационный
8	«Задонщина», Липецкая обл.	автотуристский
9	«Елец», Липецкая обл.	туристско-рекреационный
10	«Подлеморье», Республика Бурятия	туристско-рекреационный
11	«Тункинская долина», Республика Бурятия	автотуристский
12	«Кяхта», Республика Бурятия	автотуристский
13	«Байкальский», Республика Бурятия	автотуристский
14	«Экокурорт Камвинводы», Ставропольский край	туристско-рекреационный
15	Поддержка проектов создания туристских кластеров в Республике Тыва	туристско-рекреационный
2013 г.		
16	«Ярославское взморье», Ярославская обл.	туристско-рекреационный

Федеральное агентство по туризму Российской Федерации (Ростуризм) / Презентация хода реализации Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)". URL: [http:// www.russiatourism.niM>nn.pdf](http://www.russiatourism.niM>nn.pdf) (дата обращения 26.01.2019).

№п/п	Кластер	Тип кластера
17	«Всесезонный горнолыжный спортивно- оздоровительный комплекс «Манжерок», Республика Алтай	туристско-рекреационный
18	«Насон-город», Вологодская обл.	туристско-рекреационный
19	«Кладезь земли Костромской», Костромская обл.	туристско-рекреационный
20	«Северная Мозаика», Республика Саха (Якутия)	туристско-рекреационный
21	«Солёные озёра», Оренбургская обл.	туристско-рекреационный
22	«Этническая Чувашия», Республика Чувашия	туристско-рекреационный
2014 г.		
23	«Кезеной-Ам», Чеченская Республика	туристско-рекреационный

24	«Зарагиж», Кабардино-Балкарская республика	автотуристский
25	«Ворота Лаго-Наки», Республика Адыгея	туристско-рекреационный
26	«Шерегеш», Кемеровская обл.	туристско-рекреационный
27	«Амур», Амурская обл.	туристско-рекреационный
28	«Остров Большой Уссурийский - Шантары», Хабаровский край	туристско-рекреационный
29	«Раушен», Калининградская обл.	туристско-рекреационный
30	«Всесезонный туристический центр «Ингушетия», Республика Ингушетия	туристско-рекреационный
2015 г.		
31	«Верхневолжский», Тверская обл.	туристско-рекреационный
32	«Барнаул-горнозаводской город», Алтайский край	туристско-рекреационный
33	«Самоцветное кольцо Урала», Свердловская обл.	автотуристский
34	«Центр активного отдыха и туризма Y.E.S», Вологодская обл.	туристско-рекреационный
35	«Свияжск», Республика Татарстан	туристско-рекреационный
36	«Камский берег», Удмуртская Республика	туристско-рекреационный
37	«Старорусский», Новгородская обл.	туристско-рекреационный
38	«Центральная городская набережная», Вологодская обл.	туристско-рекреационный

№п/п	Кластер	Тип кластера
39	«Озёрный кластер», Новосибирская обл.	туристско-рекреационный
40	«Хибины», Мурманская обл.	туристско-рекреационный
41	«Южная Карелия», Республика Карелия	
2016 г.		
42	«Золотые пески», Республика Дагестан	туристско-рекреационный
43	«Золотые дюны», Республика Дагестан	туристско-рекреационный
44	«Экокурорт Кавминводы, Карачаево-Черкесская Республика	туристско-рекреационный
2017 г.		
45	«Сергиев Посад- врата золотого кольца», Московская обл.	туристско-рекреационный

Таким образом, государственно-частное партнёрство - это основной инструмент повышения привлекательности туристской отрасли для частных инвестиций. Следует также отметить положительную роль туристско-рекреационных кластеров субъектов РФ (которые участвуют в ФЦП), на долю которых приходится до 30% регионального турпотока и 38% вклада туризма в валовой региональный продукт (ВРП).

Отдельно рассмотрим и сопоставим успешно реализованные туристско-рекреационные кластеры в рамках ФЦП по следующим показателям: объёмы финансирования по источникам средств (млн.руб.), количество построенных объектов туристской и сопутствующей инфраструктуры, количество созданных рабочих мест.

В табл. 3 представлены основные показатели, характеризующие результаты строительства некоторых туристско-рекреационных кластеров в рамках ФЦП развития туризма.

Как видно из данных табл. 3, лидером по созданным рабочим местам и объёмам финансирования является кластер «Белокуриха» в Алтайском крае, по объектам туристской инфраструктуры - кластер «Шерегеш» (Кемеровская область), по объектам сопутствующей инфраструктуры - кластер «Рязанский».

Конечно, следует отметить, что ситуация в каждом кластере складывается по-разному в зависимости от влияния различных факторов (инвестиционный климат в регионе, социально-экономическая ситуация, объём внебюджетных инвестиций и др.). Например, в 2012 году было прекращено создание автотуристского кластера «Всплеск» в Ростовской области. Средства федерального бюджета, перечисленные ранее, возвращены в бюджет. Также в 2014 г. в Калужской области прекращено создание туристско-рекреационного кластера «Никола-Ленивец».

Таблица 3

Показатели, характеризующие состояние основных туристско-рекреационных кластеров в рамках ФЦП³

Название кластера	Объём средств, млн.руб.		Объекты Инфраструктуры, ед.		Рабочие места, ед.
	Бюджетные	Внебюджетные	Туристские	Сопутствующие	
«Рязанский»	1046,6	3056,5	7	11	1169
«Белокуриха»	2203,4	5536,0	20	8	3322
«Абрау-Утриш»	851,6	2345,3	13	4	1700
«Экокурорт Кавминводы»	637,4	1487,3	6	5	1014
«Ярославское взморье»	690,2	1901,0	8	6	2400
«Всесезонный горнолыжный спортивно-оздоровительный комплекс «Манжерок»	891,5	3378,6	17	2	500
«Солёные озёра»	812,8	1896,5	19	7	1743
«Кезеной-Ам»	88,6	938,0	24	1	228
«Ворота Лаго-Наки»	1841,8	4297,5	31	2	400
«Шерегеш»	1565,4	3652,4	36	1	610
«Раушен»	1638,6	3823,4	8	2	925
«Верхневолжский»	632,8	1476,3	4	5	1600
«Центр активного отдыха и туризма У.Е.С»	79,0	757,7	8	4	105
«Свияжск»	113,0	302,0	3	1	141
«Южная Карелия»	526,5	1228,5	4	3	503

Федеральное агентство по туризму Российской Федерации (Ростуризм) / Презентация хода реализации Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 — 2018 годы)" . URL: [http:// www.russiatourism.ru/Un.pdf](http://www.russiatourism.ru/Un.pdf) (дата обращения 26.01.2019).

Таким образом, в целом можно сделать вывод о том, что основные целевые индикаторы и показатели, заложенные в ФЦП, будут достигнуты. Во второй половине 2019 года, после утверждения новой стратегии развития российского туризма, будет принята новая ФЦП по развитию внутреннего и въездного туризма в РФ на 2019-2025 гг. с объемом финансирования 69,27 млрд, руб., в которой на первоначальном этапе запланировано к реализации 17 проектов в 16 субъектах Российской Федерации^[71].

Также следует отметить то, что помимо вклада ФЦП в социально-экономическое развитие РФ, реализация данной программы позволила параллельно решать следующие важные социальные задачи: удовлетворение потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе; укрепление здоровья; приобщение к культурным ценностям; патриотическое воспитание молодого поколения страны.

Новая программа развития туризма будет направлена на развитие туристской отрасли с учетом новых реалий, в ФЦП на 2019-2025 гг. будут расставлены новые приоритеты.^[81] Данная программа должна стать преемником реализованной ФЦП в 2011-2018 гг., планы по реализации которой согласно предварительным итогам оказались перевыполненными на 17-20%.

Источник:

https://bstudy.net/769858/turizm/federalnye_tselevye_programmy_razvitiya_turizma_opyt_perspektivy?ysclid=lhdl04u0nq188417104

Свежий взгляд: правительство поменяло ориентиры в развитии туризма

Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года — главный рамочный документ, определяющий политику властей в отношении туристической отрасли. Действующая версия этого документа была принята в нашей стране осенью 2019-м — за полгода до начала пандемии, впоследствии сильно ударившей по индустрии. Впрочем, власти постарались использовать ситуацию с максимальной пользой для развития внутреннего туризма. Так, например, в 2021 году перечень нацпроектов пополнился направлением **«Туризм и индустрия гостеприимства»**.

Теперь, когда ограничения, связанные с COVID-19 во всем мире все больше сходят на нет, а ущерб от них для туристической отрасли полностью просчитан, в России пришла пора скорректировать ключевые показатели Стратегии развития. Как изменился документ после того, как в феврале 2022 года было утверждено соответствующее распоряжение правительства, расскажем в нашей статье.

Какие проблемы туристической отрасли призвана решить Стратегия

На тот момент, когда был утвержден первоначальный текст документа, по данным ВЦИОМ, за предшествующие пять лет в среднем лишь 45% россиян выезжали на отдых за пределы своего региона. При этом в отпуск за рубеж жители нашей страны за 2018 год выезжали 42 миллиона раз. На путевки за границу приходилось около 60% продаж отечественных турфирм.

Въездной туризм в те годы в стране понемногу рос: по данным Росстата, в 2018 году по сравнению с 2016 годом он увеличился на 0,7%. Без учета граждан СНГ и Украины, которые зачастую едут в Россию не как туристы, с 2017 по 2018 год въездной поток вырос на 11,2%. При этом 70% иностранцев ехали в Москву и Санкт-Петербург. По данным Всемирной туристической организации, в 2017 году Россия находилась в списке стран-лидеров по количеству визитов иностранных граждан на 15 месте.

Принятая в 2019 году Стратегия развития туризма в России на период до 2035 года направлена на комплексное развитие как внутреннего, так и въездного туризма. Этот документ предполагает создание условий для формирования и продвижения «качественного и конкурентоспособного туристического продукта» на туристическом рынке, усиление социальной роли туризма и обеспечение доступности туруслуг, отдыха и оздоровления для россиян.

Главным фактором, сдерживающим спрос на турпродукты в России, авторы Стратегии считают высокие расходы на транспорт. В 2017 году на него приходилось 40% от общей стоимости поездки. Высокую стоимость связали с большими расстояниями, недостаточным уровнем [развития чартерных перевозок](#) и централизацией авиаперевозок (если нужна пересадка, то скорее всего она будет в Москве).

Кроме того, к ограничивающим факторам относят низкую узнаваемость российских туристических брендов и популярность мифов о России как о небезопасном месте для иностранных туристов, где они к тому же обязательно столкнутся с проблемой языкового барьера. Даже просто получить визу в Россию гражданам зарубежных стран было сложно.



Дмитрий Феоктистов/ТАСС

Какие меры предполагает стратегия

Решить все эти проблемы авторы документа предлагают за счет реализации целого комплекса мер. Во-первых, это повышение качества туристической и магистральной инфраструктуры, развитие транспортной доступности. Добиться этого сегодня помогает в том числе и [Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры](#). Во-вторых, создание условий для того, чтобы регионы могли принимать гостей не только в свой «высокий сезон», а круглый год.

Уровень сервиса и квалификация персонала также должны вырасти. Отдельно в Стратегии упоминается «развитие языковой подготовки» работников в сфере туризма и «активное вовлечение бизнеса в формирование образовательных программ» для туротрасли.

Кроме того, документ предполагает всестороннюю борьбу с мифами об отдыхе в России. Особенно это касается вопросов безопасности.

Для бизнеса Стратегия означает постепенное снятие административных барьеров и совершенствование отраслевого законодательства. Увеличение инвестиционной привлекательности отрасли и снижение сроков окупаемости проектов должно позволить снять ограничения темпов развития и модернизации инфраструктуры.

Цифровая инфраструктура и сервисы для формирования и продвижения турпродуктов должны выйти на уровень развития, сопоставимый с мировыми лидерами. То же касается и цифровых средств навигации. А актуальная отраслевая статистика, необходимая и участникам рынка, и властям, должна стать и доступнее, и детализированнее.

Изначальные целевые показатели стратегии

Результаты 17 лет многосторонней работы предлагалось оценивать по четырем критериям, а достигнутые к 2035 году показатели сравнивать с данными за 2017 год.

Первый из этих критериев — рост объема туристической отрасли или «валовая добавленная стоимость» отрасли. За почти два десятилетия действия Стратегии этот показатель планировалось увеличить с 3158 млрд до 16 306 млрд рублей.

Второй критерий — увеличение более чем в два раза количества внутренних туристических поездок на одного жителя России. Оценивать повышение доступности туризма предлагалось через рост соотношения числа жителей страны и числа россиян, ночующих в гостиницах, отелях и на турбазах. Предполагалось, что в 2035 году в отпуск не на дачу или к родственникам сможет поехать каждый. С 2017 по 2025 год этот показатель должен был вырасти с 40 до 60%.

Третий целевой показатель Стратегии — «увеличение экспорта туристических услуг», то есть объема продаж иностранцам турпутевок в Россию. В 2017 году этот рынок оценивался в \$8,9 млрд. Стратегия развития туризма призвала увеличить эту цифру сначала в 1,8 раза (до 16,7 млрд) к 2025 году, а затем еще в 1,7 раза (до 28,6 млрд) к 2035 году.

Наконец, последний критерий — увеличение инвестиций в сферу туризма. Их авторы Стратегии планировали увеличить относительно 2017 года сперва на 50% к 2025 году, а затем к 2035 году удвоить результат. В сумме с 2017 по 2035 год объем инвестиций должен вырасти втрое.



Дмитрий Феокистов/ТАСС

К чему теперь стремится российский туризм

Распоряжение правительства, которое в феврале подписал премьер-министр Михаил Мишустин, полностью перекраивает раздел Стратегии развития туризма, который касается целевых показателей. Теперь их уже не четыре, а пять, а результаты предлагается сравнивать с состоянием туристической индустрии по итогам пандемийного 2020 года, когда отрасли пришлось очень несладко. Кроме того, к промежуточным целям в 2025 году добавились ориентировочные цифры на 2030 год.

Из изначальной версии с некоторыми корректировками перекочевали два из четырех показателей.

Во-первых, это число туристических поездок. Цель теперь более амбициозна: не двухкратный, а более чем трехкратный рост турпотока. Из формулировки показателя пропало уточнение, что речь идет только о внутреннем туризме. Зато считать теперь предлагается не в процентах, а «в людях».

В 2020 году этот показатель оценивался в 45,22 млн человек. К 2025 году эту цифру планируется увеличить в 1,8 раза, до 83,78 млн. Затем за следующие пять лет этот показатель должен вырасти еще более чем в полтора раза, до 140,29 млн человек. Наконец к 2035 году число туристов в России должно составить почти 144 млн человек.

Второй старый критерий — объем экспорта туристических услуг. Из-за закрытых на время пандемии на въезд границ России в 2020 году базовое значение этого показателя драматически изменилось в меньшую сторону. Если в 2017 году рынок оценивался в \$8,9 млрд, то в 2020 году цифра уменьшилась до скромных 2,85 млрд. Промежуточный результат, запланированный к 2025 году, тоже скорректирован в меньшую сторону. Теперь туротрасль стремится к выручке не 16,7 млрд, а только \$13,9 млрд. Впрочем, несмотря на случившийся кризис, конечная цель, которую ставит Стратегия, осталась прежней — оказать иностранцам в 2035 году туристические услуги на сумму \$28,6 млрд.

Кроме того, успехи по развитию въездного туризма, согласно новой версии документа, теперь оцениваются и с точки зрения уровня турпотока. В 2020 году он оценивался в 6,36 млн человек. К 2025 году эту цифру планируется увеличить более чем в четыре раза, до 26,23 млн человек. А к 2035 году планируется добиться турпотока в 52 млн человек.



Дмитрий Феоктистов/ТАСС

Единые цели Стратегии развития туризма и профильного нацпроекта

Авторы поправок в документ развития отрасли отказались от показателей «валовая добавленная стоимость туристической индустрии» и «инвестиции в сферу туризма». Но сделано это в угоду конкретизации целей. Теперь отрасль будет ориентироваться на рост числа работников туристической индустрии и на развитие номерного фонда. Теперь Стратегия хорошо согласуется с нацпроектом «Туризм и индустрия гостеприимства», который появился в 2021 году.

Средняя численность работников туристической индустрии в 2020 году оценивалась в 1,66 млн человек. К 2025 году эту цифру планируется увеличить до 3,49 млн, а к 2035 году — до 4,96 млн человек.

Свою роль в достижении этих показателей сыграет федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма». Он как раз направлен на увеличение числа рабочих мест в индустрии и повышения ее кадрового потенциала. При поддержке федпроекта специалисты из туротрасли по всей стране получают самые современные «цифровые» знания и навыки.

Количество номеров в классифицированных гостиницах и отелях с 2020 по 2035 год вырастет с 755 до 948 тысяч. Плановый показатель на 2025 год — 799 тыс. номеров.

Осуществить задуманное поможет профильный федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры». Уже сегодня в России благодаря ему действует [программа льготного кредитования](#) для инвесторов, которые хотят построить или реконструировать гостиницу на 120 номеров и больше. Для поддержки компаний на каждом этапе реализации проектов по созданию современной инфраструктуры с прошлого года в России существует корпорация Туризм.РФ.

Ну а что же простые туристы? Для них при поддержке нацпроекта действуют программы туристического кешбэка. Получить субсидию за отдых можно, и [планируя собственный отпуск](#) в России, и [покупая путевку в детский лагерь](#).

Кстати, тем, кто хочет воспользоваться «взрослой» программой кешбэка этой весной, стоит поторопиться: нынешнее окно продаж закроется уже в ночь с 8 на 9 апреля. После этого акцию возобновят уже только осенью.

Источник: <https://xn--80aarpampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/news/svezhiy-vzglyad-pravitelstvo-pomenyalo-orientiry-v-razvitii-turizma?ysclid=lhdl9vj7vj745427895>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Определите основные принципы государственного регулирования туристской деятельности
2. Охарактеризуйте Программу развития туризма в России
3. Назовите основные мероприятия Концепции реорганизации и развития туризма в РФ
4. Установите основные этапы развития туризма

5. Представьте свое мнение о возможности реализации Программы в России

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Понятие модели кластера. Особенности кластеризации экономики туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Кластерный подход в экономики туризма: опыт, перспективы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

Текст лекции.

Российская Федерация располагает всем необходимым для развития туристской отрасли: огромная территория, богатое историческое и культурное наследие, разнообразная природа. Однако серьезное внимание туристской отрасли стало уделяться не так давно. Фактически туристский рынок возник в 90-е годы XX века, когда начали формироваться рыночные отношения в стране: в этот период были учреждены многие туристские компании, стал расти спрос на туристские услуги^{[11] [21] [31] [41] [51]}. Однако интерес к отрасли долгое время не

сопровождался никакими существенными изменениями. Ситуация стала изменяться в 2000-е годы.

Мощным фактором развития отрасли стала государственная поддержка.

В РФ до 2015 г. реализовывалась Стратегия развития туризма в

Российской Федерации . В 2012 г. была утверждена государственная программа «Развитие культуры и туризма» . Она включает следующие подпрограммы: «Наследие», «Искусство», «Туризм». В состав государственной программы интегрированы федеральные целевые программы «Культура России (2012-2018 гг.)» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)» .

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)» называет три возможных сценария развития туризма в России:

- 1. Инфраструктурное развитие туристской индустрии во всех субъектах.
- 2. Развитие инфраструктуры туризма определенных субъектов, перспективных для развития внутреннего и въездного туризма.
- 3. Применение кластерного подхода в развитие туристской индустрии субъектов.

Остановимся подробнее на третьем пункте программы.

Интерес к такой структуре как кластер появился достаточно давно. Понятие «кластер» (от англ. cluster- гроздь, груда, скопление, группа) принято связывать с теорией размещения (локализации), разработанной И. фон Тюненом^[61].

В свое время еще А. Маршалла исследовал индустриальные районы, представляющие собой прообраз кластеров в современном понимании этого термина.

Согласно теории Майкла Портера, кластер - это объединение соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей) по географическому признаку, и связанных с ними учреждений (образовательных, государственного управления, финансовых и др.), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга“ .

Одним из первых ученых, попытавшихся применить концепцию промышленного кластера к сфере туризма, был М. Монфорд. Концепция туристского кластера, по М. Монфорду, включает в себя следующие аспекты:

- - услуги, предоставляющиеся туристскими предприятиями или бизнесом (предприятия размещения, рестораны, кафе, турагентства, аквапарки, тематические парки и т.д.);
- - богатство (наслаждение), полученное в результате отпуска и отдыха;
- - многоплановое сотрудничество взаимосвязанных компаний и отраслей;
- - развитая инфраструктура транспорта и связи;
- - дополняющая деятельность (коммерческие ассигнования, традиции отдыха);
- - поддерживающие сервисы (информация);
- - природные ресурсы и институциональная политика^{[71] [81]}.

М. Бени при определении кластера обращал внимание на кооперацию, внешне наблюдаемую в виде сетей. Туристский кластер - это группа туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченная высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющая налаженные социальные и политические связи, а также отлаженное управление в компаниях, образующих сети по производству туристских услуг, обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества^{[81] [101] [111]}.

Туристский кластер, по А. Родригесу , представляет собой группу компаний и институтов, выпускающих туристский продукт или группу продуктов. Данные компании и институты концентрируются по географическому принципу и имеют вертикальные связи (цепи компаний, выпускающих туристский продукт) и горизонтальные связи (включая промышленность, нормативную поддержку, информационный обмен).

По мнению М.П. Войнаренкс» , для создания жизнеспособного, самодостаточного, успешного и эффективного кластера необходимы следующие условия:

- - инициатива - нужны активные и влиятельные люди из числа предпринимателей, представителей власти, общественных организаций, учебных заведений, способные своим авторитетом, умом, организаторскими способностями и знаниями сплотить,

заинтересовать и на деле доказать полезность кластеров как для самих их членов, так и для региона;

- - инновации - новые технологии в организации производства, сбыта, управления, финансирования, способные открыть перспективы в конкурентной борьбе;
- - информация - доступность, открытость, обмен знаниями, создание баз данных и веб - страниц, позволяющих получать преимущества в доступе к рынкам снабжения предметами труда, сбыта продукции, квалифицированной рабочей силы и т.п.;
- - интеграция - предусматривает использование новых технологий сотрудничества фирм на отраслевом и территориальном уровнях при поддержке науки и органов власти;
- - интерес - обеспечивает основное условие жизнедеятельности предпринимательской или общественной структуры, которое обязательно предполагает наличие заинтересованности участников кластерных объединений и получение ими экономической выгоды^[12].

Кластерная структура имеет свои особенности. Она выгодно отличается от отраслевой. При группировке предприятий в кластеры имеется возможность оптимизировать производственнотехнологические процессы и снизить внепроизводственные издержки на предприятиях за счет специализации, повышения производительности труда .

Все предприятия кластера объединены одной и той же коммерческой идеей. Поэтому среди участников кластера быстро распространяется информация, передается научный, технический и технологический опыт, знания, что приводит к умножению их усилий и активизирует инновационную деятельность. В результате кластер превращается в отлаженный, конкурентоспособный механизм.

Лидером в создании и использовании кластерного подхода в инфраструктуре современной экономики являются США. «Силиконовая долина» - это пример успешно развивающегося конкурентоспособного кластера, в котором занято 2,5 млн. человек" .

Практика функционирования кластеров в развитых странах выявила ряд их преимуществ:

- - повышение эффективности деятельности предприятий за счет лучшей координации и организации их деятельности, экономия на издержках, благодаря сконцентрированному спросу на одинаковые ресурсы в единой структуре;
- - быстрое распространение опыта, технологий, информации, новых коммуникационных связей, тесного взаимодействия из-за географической концентрации в определенных рамках;
- - расширение внутренних рынков благодаря информированности о существующих нишах в производстве продукции и услуг;
- - оперативное реагирование на изменяющиеся потребности покупателей, широкое распространение инноваций;^{[13] [14]}
- - создание синергетического эффекта за счет одновременно осуществляемой кооперации и конкуренции между предприятиями, входящими в кластер, повышения эффективности работы всех участников, что ведет к экономическому развитию, как отдельного региона, так и всей страны .

Одним из современных видов кластеров является туристский кластер.

В научной литературе существует множество определений туристского кластера, как совокупности предприятий, как формы проекта пространственной организации туризма, как имущественного комплекса и т.д.

Туристский кластер - это особый инвестиционный проект, в котором взаимосвязаны функциональные, организационные и финансовые составляющие, необходимые для развития объектов туристской инфраструктуры в рамках единой территории.

Туристско-рекреационный кластер представляет собой совокупность имущественных комплексов - объектов туристско- рекреационного назначения с земельными участками, а также сосредоточение на данных территориях предприятий и организаций (в том числе

собственников имущественных комплексов), занимающихся раз- раоткои, производством, продвижением и продажей турпродукта .

Туристский кластер - это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей турпродукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами .

Туристский кластер - это совокупность организаций, учреждений и предприятий, функционирующих в смежных отраслях, обеспечивающих развитие туристского продукта в определенных географических границах с целью повышения, как собственной конкурентоспособности, так и региона, в котором они функционируют. Кластер объединяет предприятия общественного питания, размещения, здравоохра- ^{[15] [16] [17]}

нения, образования, культуры, досуга, торговли, финансовые организации и многие другие объекты, связанные с коммерциализацией туристского продукта*** .

Региональный туристский кластер - это форма пространственной организации туризма, представленная совокупностью предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей, объединенных горизонтальными связями, синергия которых приводит к повышению эффективности функционирования совокупности в целом и ее отдельных предприятий, возникновению эффекта инновационности, способствует усилению внутри- и межрегионального разделения труда. Региональный туристский кластер включает хозяйствующие субъекты в сфере туризма и связанных отраслей и соответствующую институциональную среду²⁸⁷ .

Разновидностью туристского кластера является автотуристский кластер. Он включает в себя предприятия и организации, которые предоставляют дополнительные услуги, и обеспечивают современные комфортные условия для автотуристов. В автотуристские кластеры входят: кемпинги, мотели, парковки для пассажирского автотранспорта, рестораны, магазины придорожной торговли, автосервисы, автоза- правочные комплексы и др. .

Анализ подходов к пониманию «туристский кластер» позволил ученым сформулировать признаки, необходимые для идентификации туристского кластера:

- - территориальная локализация;
- - уникальные туристские ресурсы;
- - конкурентоспособные туристские продукты;
- - инфраструктура, достаточная для организации туристской деятельности;
- - устойчивые экономические связи между организациями кластера;
- - способность турфирм территории привлекать внутренних туристов, отличающихся высокой платежеспособностью и иностранных туристов; ^{[18] [19]}
- - государственные и некоммерческие институты поддержки туристской деятельности в регионе^{[20] [21] [22] [23] [24]};
- - благоприятная экономическая, политическая, социального культурная и природная среда .

Концепция кластеров применима на разных уровнях: на уровне нескольких соседствующих стран, на национальном уровне для повышения конкурентоспособности страны в мировом пространстве; на региональном уровне для стимулирования развития региона; на уровне города; районов в рамках больших городов.

Главное назначение любого туристского кластера - создание качественного туристского сектора, удовлетворяющего потребности, как въезжающих туристов, так и местного населения и в целом территории, на которой он расположен.

Примерами успешных туркластеров являются - Парижский Диснейленд и Куршавель. Парижский Диснейленд занимает площадь 2000 гектаров, на которой расположено 7 отелей (5800 номеров), создано 56000 рабочих мест (14500 непосредственно на комплексе), он обеспечивает 6,3% всех туристических доходов Франции .

Кластер Куршавель включает 102 трассы для катания (самая длинная - 3,8 км), общей площадью 150 га. Протяженность трасс составляет 150 км. Количество подъемников - 65. Общая пропускная способность - 68349 чел/час .

Судя по мировому опыту, кластер является очень эффективным инструментом, когда требуется нарастить массовый туристский поток в регион .

Успех применения такого инструмента развития территории как кластер за рубежом послужил причиной того, что кластеризация была положена в основу Федеральной целевой программы развития туризма в РФ (ФЦП)^{[25] [26]}.

История создания туркластеров в России восходит к времени принятия закона об особых экономических зонах (ОЭЗ).

В 2005 году в Российской Федерации был принят Федеральный закон № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» , регламентирующий направления развития предпринимательства и способствующий формированию оптимальных взаимоотношений между государством и субъектами предпринимательской деятельности.

Министерство экономического развития, Федеральное агентство по туризму, Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами и уполномоченные регионов России приняли участие в разработке законопроекта об особых экономических зонах туристско- рекреационного типа в июне 2006 года. Президентом РФ был подписан Федеральный закон № 76-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». Наряду с имеющимися, закон определил такой тип особых экономических зон как «туристско-рекреационные особые зоны»^{[27] [28]}.

Принятая ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011-2018 годы) предусматривала создание и развитие туристско-рекреационных кластеров «Золотое кольцо» (Ярославская область), «Плес» (Ивановская область), «Псковский» (Псковская область), «Рязанский» (Рязанская область), автотуристско- го кластера «Всплеск» (Ростовская область), «Белокуриха» (Алтайский край), «Золотые ворота» (г. Бийск, Алтайский край), «Подлесье», автотуристских кластеров «Кяхта», «Байкальский», «Тункинская долина» (Республика Бурятия), «Елец» (Липецкая область), «Абрау-Утриш» (Краснодарский край), «Заволгоречье» (Нижегородская область), «Насон-город» (г. Вологда), «Кладезь земли Костромской» (Костромская область), «Северная мозаика» (Республика Саха (Якутия), «Никола- Ленивец» (Калужская область), «Соленые озера» (Оренбургская область), «Этническая Чувашия» (Чувашская Республика), «Ярославское взморье» (Ярославская область) и др.^[29].

Наряду с названными проектами, в ФЦП были выделены пилотные регионы для реализации кластерного подхода в туризме - Республика Бурятия, Ярославская область, Ивановская область, Липецкая область.

Помощь участникам проектов осуществляется в виде предоставления субсидий за счет средств федерального бюджета на покрытие части затрат на уплату процентов по кредитам, привлеченным инвесторами в российских банках для финансирования инвестиционных проектов, для модернизации объектов туристско-рекреационных зон с длительным сроком окупаемости .

В 2011-2014 гг. намечались к реализации перспективные проекты создания кластеров в Республиках Алтай, Башкортостан, Карелия, Саха (Якутия).

На 2015-2018 гг. было запланировано развитие перспективных туристских направлений «Золотое кольцо», «Серебряное кольцо», «Большая Волга», кластеров в Рязанской, Ростовской, Псковской, Амурской, Астраханской, Владимирской, Вологодской, Иркутской, Калининградской, Калужской Костромской, Нижегородской, Новгородской, Самарской, Сахалинской, Свердловской, Тюменской областях, Алтайском, Краснодарском, Ставропольском крае, Республиках Татарстан, Тыва, Чувашия.

Согласно ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» по результатам ее реализации ожидалось:

- - формирование в субъектах Российской Федерации сети конкурентоспособных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, которые будут способствовать развитию регионов, смогут активизировать предпринимательскую деятельность;
- - снижение уровня безработицы населения за счет создания дополнительных рабочих мест в туристской сфере;
- - рост доходной части бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за счет увеличения объема производства услуг в отрасли;
- 299
- - увеличение внутреннего и въездного туризма .^[30]

Расходы на кластеры согласно ФЦП должны были составить 334127,1 млн. руб., из них - из федерального бюджета должно было быть выделено 92756,2 млн. руб., из бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов - 24077,6 млн., из внебюджетных источников -

217293,3 млн. . Предполагалось создание 794 тыс. рабочих мест. Объем услуг в сфере туризма должен был достичь 917 млрд, рублей •

Не все попытки создания туристских кластеров в России оказались удачными. Есть положительные примеры (кластер «Бирюзовая Катунь»), но есть и явные провалы (например, кластер «Алтайская долина», экономическая зона в Бурятии).

Специалисты объясняют ситуацию следующим образом. Например, при создании кластера «Золотое кольцо» в Ярославской области в 2013-2014 годах обязательства по финансированию объектов были выполнены инвестором только на 3%, а из 13 объектов, которые должны были быть завершены до 2014 года, работы велись лишь на шести. Строительство кластера в Рязанской области с 2013 года не велось в течение ряда лет, а некоторые объекты строились без соответствующего разрешения и с нарушениями технической документации. При создании объектов кластера «Елец» в Липецкой области за счет бюджета на сумму около 84 млн. руб. были построены сети водоснабжения и транспортной инфраструктуры на участке, где по генплану города планировалось строительство жилья .

По некоторым данным всего за 2015 год не закончено строительство ни одного из запланированных 36 кластеров, хотя к концу 2014 уже должны были работать десять^{[31] [32] [33] [34]}.

Среди кластеров, над которыми, согласно данным Ростуризма, велась работа в 2016 году, числятся «Псковский» в Псковской области и «Верхневолжский» под Тверью, «Эко-курорт Кавминводы» в Ставропольском крае, автотуристический кластер «Задонщина» в Липецкой области, «Этническая Чувашия» и «Северная республика» в республике Саха, «Золотые пески» и «Золотые дюны» в Дагестане, кластер «Хибины», «Плѣс» в Ивановской области, а также «Южная Карелия» и «Беломорские петроглифы» в Республике Карелия. Всего - 19 кластеров. И если некоторые из них у туристов на слуху, то о большинстве этих мест как о «турпродукте» пока ничего неизвестно .

Анализ выполнения Госпрограммы «Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 годы», соисполнителем которой является Ростуризм (по подпрограммам «Туризм» и «Обеспечение условий реализации Программы» и по ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации»), показал, что контрольные события со сроком окончания в 2015 году в полном объеме Агентством по туризму не реализованы. Из 51 контрольного события выполнены только 38, из них 9 - по подпрограмме «Туризм» и 29- по ФЦП «Развитие туризма». Не выполнено 13 контрольных событий. Таким образом, выполнение государственной программы по контрольным событиям составило 74,5%.

На запрос Счетной палаты, направленный Агентству по туризму в апреле 2016 г., Ростуризм представил информацию о реализации инвестиционных проектов по созданию туристских кластеров на территории субъектов Российской Федерации только по состоянию на 1 августа 2015 г., т.е. с августа 2015 года мониторинг реализации строительства кластеров не велся. В 2015 г. регионами фактически введено 11 объектов, 3 из которых были предусмотрены к вводу

еще в 2012 г., 5 - в 2013 г., 3 - в 2014 г. При этом из 39 объектов, подлежащих вводу в 2015 г., не введен ни один³⁰.

Из 16 туристско-рекреационных кластеров, предусмотренных к завершению в полном объеме на начало 2016 года, не завершен ни один. Из 25 объектов обеспечивающей инфраструктуры, подлежащих вводу в 2016 году, введено только 11 (44%). Из 97 объектов туристской инфраструктуры, подлежащих вводу инвесторами, не введены 29 в основном по причинам нарушения сроков подрядчиками. Субсидии на реализацию мероприятий ФЦП предоставлялись регионам России с нарушениями^{[35] [36] [37]}

На развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации в рамках Программы в 2012 году было выделено 9,1 млрд, рублей, в 2013 году - 9,5 млрд, рублей. В 2012 году в субъекты были перечислены субсидии на общую сумму более 2 млрд, рублей (96,7 процентов от бюджетных назначений). Из внебюджетных источников привлечено более 3,6 млрд, руб- лей частных инвестиций (88,6 процентов от запланированного объема) .•

В 2016 году в рамках программы на создание туристических кластеров было выделено 3,6 млрд. руб., Ростуризм освоил 99,6% этих средств, построив 11 кластеров³⁰.

В результате, имея мощный туристско-рекреационный потенциал, из-за отсутствия эффективно действующих, конкурентоспособных туристских кластеров наша страна занимает далеко не лидирующее место на мировом туррынке.

По результатам реализации программы создания кластеров принято решение о внесении изменений в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)».

Согласно Постановлению Правительства будут созданы новые туристские кластеры в 17 регионах России. Бюджетные средства между строящимися кластерами будут перераспределены, поэтому выделения дополнительных денег из бюджета не потребуются^{[38] [39] [40]}. Кластеры будут созданы в республиках Татарстан, Марий Эл, Коми, Дагестан, в Удмуртской республике и республике Карелия, а также в Новгородской, Вологодской, Новосибирской, Московской и других областях - Брянской, Волгоградской, Тульской, Архангельской, а также на территории Краснодарского и Забайкальского края^{[41] [42]}.

Что касается туристских зон, то они были признаны неэффективными, было принято решение о приостановлении выделения им федеральных средств, хотя формально механизм создание особых экономических зон продолжает существовать .

Каковы же причины не очень успешной реализации кластерной политики в России?

- 1. В кластерной концепции нет ясности трактовки. В ФЗ об ОЭЗ кластер определяется как совокупность особых экономических зон. В Федеральной целевой программе туристско-рекреационные кластеры - это комплекс взаимосвязанных объектов определенной направленности. Тем самым уже на этапе восприятия возникает проблема понимания сущности явления, и кластер трактуется по-разному. Положительный результат от какого-либо инструмента развития экономики можно получить только в том случае, если, четко понятно, что он собой представляет и как он работает^{[43] [44]}.
- 2. В сфере управления туризмом нет системности. Органы управления этой сферой в стране имеют разные названия, находятся в разных структурах исполнительной власти, что затрудняет организацию и согласованность работы. На местах есть структуры, управляющие туризмом, которые состоят из нескольких человек. Естественно, им не под силу справиться с реализацией намеченных программами целей развития туризма на территории.
- 3. Нет четкости и в законодательной базе: не прописаны, а иногда даже не указаны все имеющие место явления и процессы в сфере туризма. Анализ законодательства в сфере туризма, проведенный специалистами, позволяет сделать вывод о многочисленных недостатках в правовом регулировании.

- 4. Есть проблема статистического учета в туризме. Чтобы найти полную статистику за какой-то год, потребуется потратить немало времени и усилий. В общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД) нет собирательной группировки «туризм», в таких условиях отсутствует возможность планировать туристские потоки, прогнозировать и моделировать развития туризма на отдельных территориях³.
- 5. Одной из причин неудач является слабая концептуальная проработка проектов создания кластеров. Ошибки на стадии бизнес- планирования часто проявляются при реализации проекта и приводят как минимум к срыву сроков.

Региональные маркетинговые исследования до создания кластеров в большинстве регионов не проводились. Региональные власти, получив шанс привлечь государственные деньги, заявили о создании кластера, делая это без серьезного обоснования, выверенных расчетов при неясной перспективе турпотока, т.е. идея кластера могла появиться просто из каких-то иллюзорных представлений о том, что может быть. А это часто далеко от реальности. К этому добавляется несовершенство целевых показателей развития туризма, отсутствие показателей, характеризующих состояние внутреннего туризма, эффективности кластерной политики.

5. Слабое взаимодействие государства и частных инвесторов, неразвитость механизмов государственно-частного партнерства.

В кластере государство, как правило, берет на себя обязанности по созданию инфраструктуры: электро - и водоснабжение, канализация, берегоукрепление и т.д., т.е. тех объектов, которыми частный инвестор заниматься не будет. Частные инвесторы строят кафе, павильоны, гостиницы, благоустраивают входные зоны и т.д.

Если регион решает реализовать у себя какой-то туристский кластер, требуется рассмотрение инвестиционных соглашений. Если таких соглашений нет, то проект отклоняется. При этом даже при наличии инвестиционных соглашений многие проекты «буксуют» из-за недоступности дешевых кредитов для предприятий малого и среднего бизнеса.

- 6. Механизм выделения бюджетных средств до конца не продуман, из-за чего они обычно переводятся большим траншем в конце года. В итоге весь год из-за отсутствия финансирования работы не ведутся, а потом ускоренными темпами начинается строительство.
- 7. Нет отлаженного взаимодействия между территориями. Например, в России фактически прекратились межобластные и внутриобластные речные перевозки. Только недавно был поднят вопрос о возобновлении регулярных рейсов «Ракет» между Костромой и Ярославлем. Такое сообщение облегчало бы взаимосвязь регионов и находящихся на их территориях кластеров.

Внутри одного кластера одна турфирма передает туристов другой, один музей другому и так далее. Турист за один день посмотрел в одном месте все, а ему тут же предлагают другое направление, потом третье и вот он уже задержался на три дня в регионе, осматривая достопримечательности помельче, а речная прогулка может обеспечить посещение еще и другого кластера в другом регионе. Прочные, взаимовыгодные межрегиональные связи развивают не только один, а сразу несколько кластеров.

- 8. Нет разделения федеральных и местных программ разного уровня в сфере туризма, поэтому инвесторам часто не ясен конкретный контрагент и перспектива своих вложений.
- 9. Не достаточно активные усилия территорий по продвижению, рекламе своих туристских продуктов и дестинаций. Степень проработки информационных туристических порталов в регионах очень разная. С учетом того, что в последнее время многие туристы стали организовывать свой досуг самостоятельно, порталы должны предоставлять исчерпывающую информацию для выбора места поездки.

Ростуризмом была заказана работа по созданию автоматизированной информационной системы поддержки развития туризма на федеральном уровне. И не так давно был запущен

национальный туристический портал russia.travel. Проект стоил около 200 млн. руб., но пока не работает в полноценном режиме.

Итак, в самом общем виде причины неудач в развитии кластеров в России заключаются в следующем:

- - не в полном объеме созданы инструменты правовой, организационной, статистической, методической, информационноконсультационной и образовательной поддержки развития кластеров;
- - недостаточна финансовая поддержки кластерных проектов из бюджетных источников;
- - наличие административных барьеров^[45] [46];
- - нет согласованности действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъекта и органов местного самоуправления, предпринимательских структур при создании и развитии кластера;
- - государственно-частное партнерство в сфере туризма находится в стадии развития;
- - недостаток квалифицированных кадров, активных, профессиональных проектных команд и. др..

Создание кластера должно начинаться с его моделирования (рисунки 29).

На территории определяются туристские ресурсы, оценивается ее туристский потенциал (природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил). Именно они лежат в основе формирования туристских продуктов, и, соответственно, планирования и развития туризма, его видов, определения специфики туристского кластера.

При создании кластера важное значение имеет программноцелевой подход. Он обеспечивает системность работы. Поэтому требуется разработка взаимосвязанных между собой программ развития туризма в регионе и разделов муниципальных целевых программ, связанных с туризмом, в которых предусматривается распределение задач по поддержке туризма, развитию производства товаров и услуг для целей туризма.



Рис. 29. Модель туристского кластера

Ядро кластера составляют туристские фирмы, которые создают такие туристские продукты, которые способны заинтересовать туристов.^[47] [48]

Основными участниками кластера являются предприятия - поставщики специализированных туристских услуг: предприятия общепита, размещения, досуга и развлечений, выставочных комплексов и т.д.

В кластере представлены и организации смежных, обслуживающих отраслей. Не обходится кластер без медицинских, финансовых, страховых организаций, банно-прачечных, спортивных комплексов, предприятий розничной торговли, проката, обеспечения безопасности и т.д. Эти организации позволяют создать туристам даже вне дома удобные, безопасные, комфортные условия пребывания.

Успех кластера зависит не только от наличия необходимых туристу объектов инфраструктуры, но и от совокупности благоприятных факторов внешней среды. К внешним

факторам можно отнести климатические условия и географическое положение, уровень социально-экономического развития региона в целом, образовательный и культурный уровень, традиции и быт местного населения, правовую среду и политическую ситуацию.

Особое внимание при формировании туристского кластера необходимо уделять взаимосвязям между его элементами.

Взаимодействие всех заинтересованных участников должно быть нацелено на:

- - улучшение качества туристского продукта;
- - заботу об охране окружающей среды при внедрении инновационных продуктов;
- - совершенствование регионального инвестиционного законодательства;
- - представление территориального туристского продукта на международном рынке;
- - разработку маркетинговой стратегии развития территории;
- - оптимизацию продаж регионального туристского продукта на международных рынках;
- - поддержку спроса на внутренний туризм;
- - разработку территориального туристского продукта и создание территориального бренда туристского продукта^{[49] [50]}.

Эффективная работа всех элементов туристского кластера поможет не только значительно пополнить бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит сохранить культурно-исторические памятники, природные парки и заповедники, оздоровить экологическую обстановку, развить сферу услуг, совершенствовать инфраструктуру территорий^{[51] [52]}.

Методика разработки и создания кластера включает ряд последовательных действий (этапов).

На основе оценки туристского потенциала региона строится комплексная региональная программа развития туризма. Затем осуществляется сбор необходимого материала (маркетингового, экономического, финансового, организационного и др.) для разработки бизнес-плана.

Отличительной чертой большинства туристских кластеров является совмещение природоохранного и рекреационного типов использования природно-ресурсной базы территории. То есть, уже на этапе проектирования необходима прогнозная оценка экологических результатов (эффектов) инвестиционных проектов, которая должна включать две составляющие: оценку изменений в качестве окружающей природной среды и оценку ущерба наносимого загрязнением природной среды^[53].

Потом готовится документация по планировке территории, проектно-сметная документация и собирается пакет документов для включения проекта в ФЦП^[54]. Заявку на создание кластера рассматривает в

Москве Координационный совет по отбору проектов, и в случае одобрения, региону выделяются бюджетные средства. При этом регион будет обязан профинансировать 70% затрат².

Принципиальное значение имеет тот факт, что формирование кластера не может замыкаться границами отдельного муниципального образования. Важно предусмотреть связанные с кластером гостиничные, развлекательные, рекреационные объекты других существующих и потенциальных дестинаций. При этом проектирование туристского кластера должно осуществляться по методу бизнес - проекта, а не совокупности бизнес-планов, входящих в него организаций и предприятий. Такой подход сложнее, т.к. должен учитывать не только все традиционные, но и возможные дополнительные риски, связанные со спецификой деятельности организаций-участников^{^25}.

Во Владимирской области также есть проект создания туристского кластера на базе г. Суздаль. В регионе уже сформированы и работают автомобильный, биоэнергетический, фармацевтический и пищевой кластеры. Создаваемый туристский кластер мог бы стать дополнительной точкой роста экономики области^{[55] [56] [57] [58]}.

Владимирская область обладает уникальными природно-климатическими условиями, культурно-историческим и социально-этнографическим наследием, поэтому по праву может считаться идеальным регионом для развития многих видов туризма. Многовековая история региона, многие отпадные, иногда трагические события, происходившие в различные периоды, сформировали мощное историческое наследие.

Не случайно в Стратегии социально-экономического развития Владимирской области до 2027 года прописаны основополагающие направления экономического развития региона, где наряду с передовым промышленным комплексом; мощным научно-исследовательским и инновационным потенциалом; агропромышленным комплексом; развитой инфраструктурой указана и развитая рекреационно-туристская сфера.

Вместе с сопутствующими отраслями туризм дает около 7% ВРП. Его называют драйвером роста региональной экономики. В области есть системные проекты, благодаря которым поток туристов неуклонно растет. В качестве наиболее успешных проектов региона можно отметить «Музыкальную экспедицию» и «Владимир - Новогодняя столица России», праздники «День Огурца в Суздале», фестивали «Лето Господне» и «Владимирская вишня»³². Перечисленные "точки роста" экономики региона определяют роль Владимирской области как «научно-промышленной и рекреационной области «Центр-Столица» V

Что касается выбора туристского кластера, то Суздаль - небольшой город, занимающий площадь в 15 квадратных километров. Он расположен на реке Каменке, притоке реки Нерли, в 26 км к северу от

Владимира. Население города в 2016 г. составляло 9865 чел.

Суздаль - город-заповедник, входит в Золотое кольцо России. Награжден орденом «Знак Почёта» (1974 г.) за сохранение культурного наследия и развитие туризма³³¹. Огромное значение для города имеет Суздальский историко-художественный музей, который с 1958 г. является филиалом Владимиро-Суздальского историко-архитектурного и художественного музея-заповедника.

По разным оценкам, в городе насчитывается от 100 до 300 памятников истории и архитектуры. Поэтому не каждый турист будет в состоянии за сутки даже бегло осмотреть все достопримечательности города. Если на каждую из них, с учетом переходов, проезда, потратить по 20 минут, то понадобится около 70 часов³³².

В Суздале ежегодно проводятся разные праздники и фестивали, привлекающие огромное количество туристов: День Огурца (третья суббота июля), Яблочный спас с колокольными звонами (август), Масленица, гусиные бои (февраль), праздник ремесел на Троицу (май), Ру-

сальная неделя (июнь), праздник Лаптя (июль), дни медовухи, фестиваль русской бани и др.^{[64] [65] [57]}.

Согласно вышеописанной методике, работа по созданию успешного кластера в г. Суздаль также должна осуществляться в несколько этапов.

На первом этапе должна быть создана управляющая группа из представителей административных структур и заинтересованных организаций с привлечением консалтинговых компаний. Ее задача - проведение семинаров, консультаций, рабочих встреч с широким кругом участников: работниками туристической индустрии, местными жителями, предпринимателями смежных с туризмом сфер деятельности, политическими лидерами, представителями органов власти, общественными организациями региона и др.; привлечение соответствующих организаций к осуществлению маркетинговых, экономико-географических, экономико-финансовых и исследовательских работ; создание платформы для постоянного обмена информацией о том, что происходит, что планируется, о лучшем мировом опыте, о потребностях туристов, о трендах индустрии и т.д. .

В ходе работы будет постепенно складываться концепция кластера: его размер, тип, специализация и т.д., формироваться общий план создания кластера.

Затем потребуется расчет общего размера инвестиций, их эффективности, будут определены источники капиталовложений. На основе этого будет формироваться

региональная инвестиционная программа развития кластера. Затем будет оформляться вся необходимая техническая документация.

Область ориентирована на развитие Суздаля как туристского кластера через вхождение в Федеральную целевую программу внутреннего и въездного туризма. Для этого потребуется объем собственных инвестиций в размере 2 млрд. руб. Эта задача может быть решена на условиях государственно-частного партнерства: государство возьмет на себя финансирование инженерных коммуникаций, реализация содержательной части проекта ляжет на частных инвесторов³³. В связи с этим поднимался вопрос о необходимости расширения налогооблагаемой базы города: возможность отдать муниципалитету право на взимание некоторых штрафов, например за неправильную парковку, чтобы хоть как-то начать пополнять бюджет города для развития новых проектов

В случае не включения заявки на создание кластера г. Суздаль в ФЦП, проект может реализовываться собственными силами за счет финансирования региональными и местными властями, привлечения частных инвестиций. Для этого должна быть развернута активная рекламная и маркетинговая компания, продумана система мотивации инвесторов, установлены тесные связи между бизнесом и государством.

Согласно общим подходам к реализации кластерной политики региональные и местные органы власти финансируют инфраструктурные объекты - дороги, энергосети, теплоснабжение и другие коммуникации, их модернизацию, реконструкцию, строительство, а частные инвесторы обеспечивают средства размещения, питания, досуга, развлечений и т.д.

Обсуждается вопрос о сосредоточении основных объектов туристской инфраструктуры кластера в самом центре Суздаля. Предусмотрено строительство пятизвездочного отеля на 260 номеров. Запланирована реконструкция трех жилых домов под строительство малых гостиниц. Согласно проекту, в Суздале (город отметить свое 1000-летие в 2024 г.) появятся точки тематического питания, рынок местной гастрономической продукции, «Музей наличника» и «Суздальские погреба», а также большой фруктовый сад, будет проведена реконструкция городских систем водоподготовки, электроснабжения и водоотведения^{[67] [68] [69]}.

Есть предложение расширить реку Каменка, которая протекает через город, и пустить по ней ладьи; привести в порядок городское такси, обязав перевозчиков оформить все экипажи в соответствии с историческим колоритом. Есть идея создания в городе альтернативного транспорта - гужевых повозок, которые бы курсировали по определенному маршруту, перевозя как местных, так и приезжих.

В результате всех преобразований Суздаль должен сохранить патриархальность, самобытность и историческую ценность, но стать при этом городом, комфортным для жителей и для гостей.

Интересным является предложение по созданию ночных туристических маршрутов, а возможно и ночных представлений, что было бы еще одним поводом гостям задержаться в городе подольше. Есть предварительные договоренности с известным дирижером Валерием Гергиевым о проведении в Суздале нового музыкального фестиваля и ряда концертов. 29 июня в Суздальском Кремле состоялся гала-концерт, посвященный 25-летию Международной Летней творческой школы «Новые имена». Он прошел в формате open - air в красивейших исторических декорациях Суздаля и объединил звезд классической музыки. На концерте выступил президент фонда «Новые имена» Денис Мацуев.

Администрация считает, что городу нужен свой устав. Он поможет решить некоторые спорные моменты, задаст основные правила поведения и жизни. В городе предполагается создание информационного центра, где можно получить любую помощь об организации досуга и пребывания, есть предложение создать муниципальный аналог booking.com.

Несмотря на мировую известность, у города есть острая проблема наполняемости местных гостиниц (в среднем только на 31%). Особо неблагоприятны для туристического бизнеса будние дни и межсезонье. Если создать необходимые условия, то в будущем город смогут посещать до двух миллионов туристов в год. Сейчас же ежегодное число приезжих составляет

чуть более 800 тысяч и только 1/3 остается на ночь. Для решения этой проблемы и ряда ошибок, выявленных в ходе строительства кластеров других территорий, нужно помнить, что кластер - это не только один город.

Одновременно с развитием кластера необходимо выявить точечные объекты соседних с ним зон, куда можно возить туристов из г. Суздаль, расширяя диапазон туристских услуг, продвигая такие виды туризма, как спортивный, экологический, научный, деловой и т.д., тем самым продлевая время пребывания туристов на территории кластера.

Задержать туристов на территории кластера в зимний период можно будет, предложив посещение спортивного парка- комплекса зимних видов спорта «Заячья горка» в поселке Садовый Суздальского района, который считается одним из перспективных эко-проектов региона. Источником его финансирования послужат частные капиталов-

вложения. На территории в 161 га планируется построить три горнолыжные и одну биатлонную трассы, а также водные трамплины, очистные сооружения и реконструировать под гостиницы близлежащие общежития. Реализация этого проекта позволит увеличить поток посетителей в комплекс «Заячья горка» до 100 тыс. человек в год. •

В целом для создания туристско-рекреационного кластера на территории Владимирской области необходимо решить следующие задачи:

- 1. Формирование областной государственной программы по развитию туризма и участие области в федеральной целевой программе по развитию туризма в Российской Федерации. Разработка взаимосвязанных между собой программ развития туризма в регионе и разделов муниципальных целевых программ, связанных с туризмом.
- 2. Создание благоприятного инвестиционного климата в туристской сфере региона.
- 3. Разработка мер экономического стимулирования субъектов туристской индустрии: поддержка предприятий малого и среднего бизнеса, задействованных в туристской сфере деятельности.
- 4. Разработка и реализация стратегии маркетинговой политики продвижения туристского продукта региона.
- 5. Внедрение современной системы подготовки кадров туристской сферы^{[71] [72] [73]}. Во Владимирской области данную задачу может выполнить недавно созданный в ВлГУ Институт туризма и предпринимательства, который осуществляет подготовку специалистов в области туризма.
- 6. Устойчивое кооперирование отраслей, входящих в кластер, формирование на этой основе агломерационных процессов и сетевых форм организаций;
- 7. Развитие информационной составляющей кластера^[74]. Не так давно был создан туристский портал - «Туризм 33. Владимирский край. Узнавай. Путешествуй. Влюбляйся». На нем представлены достопримечательности Владимирского края, новости, статьи, обзоры и наблюдения, дается анонс ближайших событий в регионе, что, безусловно, может помочь туристу сделать свой выбор в пользу Владимирского края. Нечто подобное должно быть целенаправленно создано для Суздальского кластера.

В целом программа создания кластера в г. Суздале требует времени, серьезной проработки, системности и масштабного финансирования, соответствующего поставленным задачам.

Подводя общий итог по реализации политики создания туристских кластеров, отметим следующее.

Программа по развитию туризма, по мнению специалистов, самая сложная из всех федеральных целевых программ, которые реализуются в России. За 2011- 2016 годы более 87 миллиардов рублей поступило по программе регионам-участникам. Из федерального бюджета было выделено более 17,8 млрд. рублей, из бюджетов субъектов - более 5,2 млрд. Сумма поступивших в отрасль инвестиций из внебюджетных источников составила более 64 млрд. рублей. То есть, на каждый выделенный бюджетный рубль на строительство туркластеров было привлечено примерно 2,6 рубля частных инвестиций. Это больше, чем изначально планировалось по программе. Значит цель ФЦП по развитию туризма - создание

благоприятных условий для привлечений частных инвестиций в отрасль в целом была достигнута.

Вместе с тем в настоящее время уровень финансирования мероприятий программы является критически низким по отношению к изначально установленным лимитам и реальной потребностью отрасли (только из федерального бюджета планировалось выделить около 96 млрд, руб., а было выделено в пять раз меньше).

По программе федеральные средства были направлены на строительство 171 объекта туристской инфраструктуры. За счёт внебюджетных источников в регионах строятся 500 объектов, 200 из которых введены в эксплуатацию. Создано более 20 тысяч рабочих мест.

В программе приняли участие 34 субъекта, на территориях которых осуществляется 44 инвестиционных проекта - крупные туристско- рекреационные и автотуристские кластеры. Введены в эксплуатацию (завершено строительство объектов) «Золотое кольцо» в Ярославской области, «Тункинская долина» и «Кяхта» в Бурятии. В Вологодской области построен «Насон-город». Уже принимают туристов «Елец», «Кладезь земли Костромской», «Этническая Чувашия», «Ярославское взморье», «Белокуриха», «Шерегеш», «Самоцветное кольцо Урала», «Плѣс», «Верхневолжский» (Тверская область), «КезенойАм»(Чеченская Республика). По мнению специалистов, конкурентоспособность территорий - участников ФЦП заметно повысилась^[75].

Несмотря на имеющиеся проблемы, благодаря ФЦП в ряде регионов созданием объектов обеспечивающей инфраструктуры был заложен фундамент дальнейшего развития территорий.

За годы реализация программы (с 2011 г.) участники и организаторы программы смогли вынести ряд уроков.

Во-первых, создание туркластера требует серьезного отношения. Подготовительный этап может продолжаться 2-3 года. Субъект, следуя вышеописанной методике, тщательно готовит всю необходимую документацию, проводит маркетинг региона, определяет территории, наиболее перспективные для развития туризма, их границы, количество объектов показа, пунктов общепита, развлечений, размещения, рассчитывает турпоток и т.п. Просчитывается создание всей инженерной инфраструктуры на данной территории, например, подведение линии электропередачи или газопровода, обустройство набережной, пляжных территорий, строительство дорог, подъездных путей. Затем приглашаются инвесторы, которым предлагаются коммерческие проекты.

Во-вторых, создание кластера невозможно без активного использования механизмов государственно-частного партнерства. Если раньше регионы просили дать инвесторов, то теперь стало понятным, что инвесторов надо привлекать самим и, прежде всего, продуманной стратегией, комплексной программой развития, готовыми инвестиционными площадками.

Одним из преимуществ ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» является предоставление инвестору возможности значительно сократить сроки окупаемости проектов путем кратного увеличения турпотока в течение 2-3 лет вместо 5-6. Инвестор должен понимать, что партнерство в туризме является залогом повышения конкурентоспособности российского туристского рынка. Инвестор создает новые высококачественные объекты, а государство обеспечивает необходимую им инфраструктуру.

Еще один важный урок - наличие активной, инициативной, работоспособной команды в регионе. От слаженных профессиональных действий зависит участие региона в программе и успех самой ФЦП.

Каждый проект на местах должен учитывать задачи повышения качества туристских услуг, внедрять перспективные виды туризма, приложить все усилия по продвижению национального туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках.

Несмотря на имеющиеся проблемы объективные условия (наличие соответствующих уникальных туристских ресурсов в стране) требуют продолжения реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма». Уже принято решение, что она с определенными изменениями будет продлена до 2025 года.

Уже выбрано 66 проектов новых кластеров из 30 регионов. Для их реализации потребуется не менее 30 млрд, рублей из федерального бюджета. Новые возможности программы будут обращены на перспективные виды туризма: пляжный, культурно-познавательный, активный (горнолыжный, пешеходный, водный, горный, велотуризм, парусный, конный), оздоровительный, экологический, круизный, сельский и деловой, которые и определяют специализацию кластеров.

«Новая» программы стартует в 2019 году, при этом ее основные задачи остаются прежними: создание туристских кластеров, приоритетных проектов в сфере туризма РФ, продвижение туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, повышение качества туристских услуг .

Благодаря реализуемой в России федеральной программе туризм проявил себя не только как перспективная, но и как функционирующая отрасль экономики. Поэтому продолжение программы в виде модернизации с учетом преодоления вскрывшихся проблем и использования накопленного опыта федерального и регионального уровня необходимо. ^[76]

Источник:

https://bstudy.net/600982/ekonomika/klasternyy_podhod_razviti_turisticheskoy_otrasli_strany_regionov_osobnosti_problemy_napravleniya_ra?ysclid=lhlddexoxu840337314

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Преимущества кластерной политики как ключевого инструмента при решении задач, необходимых для качественного развития
2. Кластерная модель взаимодействия предприятий в регионе
3. Кластерная концепция развития туризма
4. Формы организации производства на территории
5. Понятие кластера
6. Методология кластеризации экономики отрасли в регионе

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.1. Местное самоуправление

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Полномочия органов местного	Вводная лекция

	самоуправления в сфере туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Практика реализации муниципальными образованиями федеральных норм	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Местное самоуправление

Текст лекции.

Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма

В соответствии с Федеральным законом от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» органы местного самоуправления городского, сельского поселения имеют право на создание условий для развития туризма (п. 9 ч. 1 ст. 14.1). Аналогичное право предусмотрено для органов местного самоуправления муниципального района (см. п. 8 ч. 1 ст. 15.1), органов местного самоуправления муниципального округа, городского округа, городского округа с внутригородским делением (см. п. 9 ч. 1 ст. 16.1), внутригородского района (см. п. 3 ч. 1.1 ст. 16.1).

С 1 января 2017 г.[1] действуют положения ст. 3.3 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в которых определены права органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма. В силу положений данной статьи к правам органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

- реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодетельного туризма;
- содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;
- организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;
- участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне;
- содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

Перечисленные права распространяются в отношении органов местного самоуправления любых муниципальных образований, однако целесообразно осуществлять эти права в тех муниципальных образованиях, где имеются туристские ресурсы, достаточные для развития туризма на территории соответствующего муниципального образования на долгосрочную перспективу. Кроме того, для проведения не только эпизодических мероприятий, но и

осуществления постоянной и эффективной работы по развитию туризма в муниципальном образовании, необходимы финансовые ресурсы и достаточный кадровый потенциал.

В большинстве случаев обеспечение реализации прав органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма возлагается на специальные структурные единицы, функционирующие в составе администрации муниципального образования.

В отдельных случаях на территориях муниципальных образований (в целях взаимодействия и согласования действий органов исполнительной государственной власти области, органов местного самоуправления и субъектов туристской индустрии по вопросам развития туризма и сопутствующих отраслей, по вопросам реализации соответствующих муниципальных программ и стратегий в сфере туризма и пр.) создаются специальные координационные и общественные советы (см., например, постановление администрации Городецкого района Нижегородской области от 27.12.2018 г. № 3962 «О создании координационного совета по развитию туризма и сохранению народных художественных промыслов в Городецком районе», постановление Администрации города Кургана от 24.05.2018 г. № 3177 «Об утверждении Положения о Координационном совете по развитию туризма на территории муниципального образования города Кургана и его состава», постановление Администрации г. Сарапула от 12.01.2018 г. № 32 «О создании Координационного совета по развитию туризма на территории муниципального образования «Город Сарапул», постановление администрации Сосновского муниципального района Челябинской области от 21.04.2017 г. № 1128 «О межведомственном координационном совете по развитию туризма в Сосновском муниципальном районе», постановление Главы администрации муниципального района «Жуковский район» от 06.09.2016 г. № 831 «О создании координационного совета при администрации МР «Жуковский район» по развитию туризма» и др.).

Рассмотрим на нескольких примерах, как в муниципальных образованиях обеспечивается реализация вышеуказанных федеральных норм.

Пример 1. Вологодская область. В Уставе муниципального образования «Город Вологда» (утв. решением Вологодской городской Думы от 25.08.2005 г. № 301) предусмотрено, что органы местного самоуправления муниципального образования «Город Вологда» имеют право на создание условий для развития туризма.

Обеспечение создания благоприятных условий для организации и развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» возложено на Департамент экономического развития Администрации города Вологды, являющийся функциональным органом Администрации города Вологды по формированию приоритетных направлений и реализации единой муниципальной экономической политики социально-экономического развития муниципального образования «Город Вологда».

Постановлением Главы г. Вологды от 28.12.2009 г. № 7081 утверждено Положение о Департаменте экономического развития Администрации города Вологды и Перечень муниципальных учреждений, подведомственных Департаменту экономического развития Администрации города Вологды. В соответствии с указанным Положением Департамент экономического развития Администрации города Вологды помимо выполнения основных функций также обеспечивает:

1) осуществление функций по реализации отдельных государственных полномочий, переданных в установленном порядке, в том числе по созданию благоприятных условий для организации и развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;

2) осуществление функций по участию в реализации отдельных государственных полномочий, не переданных в установленном порядке, в случае принятия Вологодской городской Думой решения о реализации права на участие в осуществлении указанных полномочий, в том числе в сфере создания благоприятных условий для развития туризма в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской

Федерации». В этой сфере Департамент экономического развития Администрации города Вологды обеспечивает:

- реализацию мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда», в том числе социального туризма, детского туризма и самодетельного туризма;
- содействие в создании благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территории муниципального образования «Город Вологда», и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;
- организацию и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;
- участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;
- содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территории муниципального образования «Город Вологда».

В свою очередь, согласно постановлению Администрации г. Вологды от 21.12.2018 г. № 1605 в структуре Департамента экономического развития Администрации города Вологды предусмотрено специальное структурное подразделение — отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей, положение о котором утверждено указанным постановлением. Отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей в соответствии с возложенными на него осуществляет следующие функции в сфере создания условий для развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» осуществляет следующие функции: а) участвует в реализации Стратегии развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда» на период до 2025 года «Насон-город» (утв. решением Вологодской городской Думы от 24.04.2014 г. № 2065), в том числе:

- осуществляет мониторинг и контроль реализации указанной Стратегии развития туризма;
 - готовит и обеспечивает представление в Вологодскую городскую Думу ежегодного отчета Администрации города Вологды о реализации указанной Стратегии развития туризма;
 - обеспечивает размещение ежегодного отчета Администрации города Вологды о реализации указанной Стратегии развития туризма на официальном сайте Администрации города Вологды в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - осуществляет мониторинг и контроль реализации планов мероприятий по реализации указанной Стратегии развития туризма по основным направлениям с целью достижения выполнения целевых показателей;
- б) обеспечивает выполнение Плана мероприятий по развитию туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;
- в) ведет работу по реализации на территории муниципального образования «Город Вологда» туристических проектов;
- г) осуществляет сбор, анализ и прогнозирование финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития сферы туризма на территории муниципального образования «Город Вологда»;
- д) ведет реестры туристических ресурсов муниципального образования «Город Вологда»;
- е) обеспечивает работу Координационного совета по туризму города Вологды;
- ж) осуществляет сбор информации о возможностях участия муниципального образования «Город Вологда» в российских и межрегиональных конкурсах туристской направленности, а также обеспечивает участие Администрации города Вологды в туристических конкурсах на региональном и межрегиональном уровнях и подготовку пакета документов и презентаций, необходимых для участия в таких конкурсах.

Кроме того, в части осуществления функций по участию в реализации отдельных государственных полномочий, не переданных в установленном порядке, в случае принятия

Вологодской городской Думой решения о реализации права на участие в осуществлении указанных полномочий, отдел торговли, туризма и межмуниципальных связей обеспечивает в сфере создания благоприятных условий для развития туризма в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:

- реализацию мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории муниципального образования «Город Вологда», в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;
- содействие в создании благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территории муниципального образования «Город Вологда», и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;
- организацию и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;
- участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;
- содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территории муниципального образования «Город Вологда».

Пример 2. Республика Крым. В соответствии со ст. 8 Закона Республики Крым от 14.08.2014 г. № 51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым» в целях создания благоприятных условий для развития туризма органы местного самоуправления муниципальных образований в Республике Крым имеют право:

- 1) реализовать меры по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;
- 2) содействовать созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;
- 3) организовывать и проводить мероприятия в сфере туризма на муниципальном уровне;
- 4) участвовать в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровнях;
- 5) содействовать в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

В ст. 10 Устава муниципального образования городской округ Симферополь Республики Крым (принят решением Симферопольского горсовета от 13.11.2014 г. № 61) предусмотрено, что органы местного самоуправления городского округа имеют право на создание условий для развития туризма.

Решением Симферопольского горсовета Республики Крым от 25.06.2015 г. № 286 «О структуре и штатной численности Администрации города Симферополя Республики Крым» утверждено Положение о муниципальном казенном учреждении управление молодежи, спорта и туризма администрации города Симферополя Республики Крым (приложение 28 к данному решению), в рамках которого определены задачи, функции, права, структура и иные аспекты функционирования данного учреждения.

К числу задач муниципального казенного учреждения управление молодежи, спорта и туризма администрации города Симферополя Республики Крым отнесено обеспечение реализации на территории городского округа Симферополь государственной политики в сфере туризма. Для реализации указанной задачи данный орган наделен следующей компетенцией:

- определять приоритетные направления развития туризма и реализацию, в пределах своих полномочий, мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территории городского округа Симферополь;

- участвовать в разработке и реализации муниципальных программ развития городского округа Симферополь как туристского центра, строительстве и реконструкции объектов туристской инфраструктуры городского округа Симферополь;
- содействовать продвижению туристских продуктов, сформированных на территории городского округа Симферополь, на внутреннем и мировом туристских рынках, повышению привлекательности городского округа Симферополь как туристского центра;
- создавать в пределах своих полномочий условия для развития туристской индустрии на территории городского округа Симферополь;
- содействовать в развитии и укреплении межмуниципальных связей и сотрудничества городского округа Симферополь в сфере туризма;
- осуществлять иные полномочия в соответствии с законодательством РФ, нормативно-правовыми актами РФ и Республики Крым, указанным Положением и иными муниципальными правовыми актами.

В муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым действует муниципальная программа «Создание условий для развития туризма в муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым», утв. постановлением Администрации г. Симферополя от 10.12.2015 г. № 1487. В рамках этой программы обеспечивается создание условий для эффективного развития туристской отрасли в муниципальном образовании городской округ Симферополь Республики Крым: повышение уровня использования туристско-рекреационного потенциала города Симферополя, повышение предоставления туристских услуг, увеличение количества числа туристов в городе Симферополе, разработка туристских пеших и веломаршрутов в городе Симферополе, реализация мероприятий по проведению праздников, выставок, ярмарок и других мероприятий по улучшению туристского имиджа города Симферополя, проведение рекламной деятельности, направленной на продвижение туристических ресурсов города Симферополя на туристическом рынке, информирование о туристических объектах города Симферополя.

Пример 3. Краснодарский край. Закон Краснодарского края от 25.10.2005 г. № 938-КЗ «О туристской деятельности в Краснодарском крае» в ст. 7.1 предусматривает, что в целях создания условий для развития туризма органы местного самоуправления в Краснодарском крае вправе осуществлять следующие полномочия:

- 1) принятие муниципальных правовых актов по вопросам развития туризма;
- 2) подготовка предложений по проектам нормативных правовых актов Краснодарского края, регулирующих вопросы в сфере туризма;
- 3) разработка и организация выполнения муниципальных программ, направленных на развитие туризма;
- 4) обустройство туристских маршрутов и объектов туристского показа;
- 5) обеспечение условий доступности для инвалидов туристских ресурсов;
- 6) решение иных вопросов, направленных на создание условий для развития туризма.

К правам органов местного самоуправления в Краснодарском крае по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

- 1) реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе внутреннего туризма, въездного туризма, социального туризма, детского туризма, самодетельного туризма и аграрного туризма;
- 2) содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;
- 3) организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;

4) участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне;

5) содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

В развитие указанных законодательных норм в уставе муниципального образования город Краснодар (утв. решением городской Думы Краснодара от 21.04.2011 г. № 11) закреплено, что органы местного самоуправления муниципального образования город Краснодар в числе прочих прав имеют право на создание условий для развития туризма.

В рамках реализации закрепленных за органами местного самоуправления муниципального образования город Краснодар прав по созданию благоприятных условий для развития туризма была утверждена муниципальная программа муниципального образования город Краснодар «Развитие туризма в муниципальном образовании город Краснодар» (см. постановление администрации МО город Краснодар от 15.10.2014 г. № 7487), целевым назначением которой явилось создание условий для эффективного развития туристской отрасли в муниципальном образовании город Краснодар, продвижение позитивного имиджа муниципального образования город Краснодар на межрегиональном, федеральном и международном уровнях, увеличение туристского потока. Среди основных задач данной программы обозначены:

- обеспечение роста туристского потока в муниципальном образовании город Краснодар, повышение качества предоставляемых туристских услуг в соответствии с международными стандартами;

- развитие малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и вовлечение граждан в создание новых туристских услуг, организация и проведение мероприятий, способствующих привлечению иностранных и российских туристов;

- формирование конкурентоспособного туристского продукта через совершенствование используемых и формирование новых объектов экскурсионного показа, объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, сервисного обслуживания, увеличение рынка туристских услуг, повышение качества предоставляемых туристских услуг в соответствии с международными стандартами;

- повышение привлекательности муниципального образования город Краснодар на внутреннем и внешнем рынках туристических услуг для делового, образовательного, историко-культурного, этнографического, паломнического, событийного и других видов туризма;

- формирование и продвижение имиджевой политики, направленной на привлечение инвестиционных ресурсов и повышение конкурентоспособности туристской отрасли в муниципальном образовании город Краснодар.

В целях реализации предусмотренных указанной программой мероприятий в необходимых случаях и в рамках имеющейся компетенции органами местного самоуправления города Краснодар издаются соответствующие муниципальные акты, например, постановление администрации МО город Краснодар от 11.07.2018 г. № 2839 «Об участии в организации и проведении туристического фестиваля-конкурса Юга России «Эфес Кубани» по артистическому фехтованию и боевому танцу», постановление администрации МО город Краснодар от 28.04.2018 г. № 1841 «Об участии в организации и проведении краевого туристического фестиваля «Античное наследие России» на территории муниципального образования город Краснодар» и др.

В целях реализации возложенных ст. 3.3 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» на органы местного самоуправления прав по созданию благоприятных условий для развития туризма, данные органы взаимодействуют с исполнительными органами государственной власти, организациями, учреждениями, предприятиями, средствами массовой информации, общественными объединениями, в том числе по вопросам обеспечения принятия и применения необходимых нормативных правовых

актов в сфере туризма; организации материально-технического и хозяйственного обеспечения мероприятий по созданию условий для развития туризма; информационной поддержки проведения туристских и иных мероприятий через средства массовой информации; другим вопросам, связанным с реализацией органами местного самоуправления своих прав по созданию благоприятных условий для развития туризма.

Источник:

https://vuzdoc.org/6062/ekonomika/polnomochiya_organov_mestnogo_samoupravleniya_sfere_turizma?ysclid=lhdi0urak127223879

При этом важнейшая роль в создании благоприятных условий для развития доступного, в широком смысле, и массового туризма, в первую очередь в обеспечении безопасности туризма, принадлежит региональным туристским администрациям. Практический пример результатов исследования в этой области представлен в Доступный, социальный и массовый туризм. Проблемы и перспективы развития в России https://bstudy.net/797223/turizm/dostupnyu_sotsialnyu_i_massovyy_turizm_problemy_i_perspektivy_razvitiya_v_rossii

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о местном самоуправлении в индустрии туризма вашего региона;
2. Что вам известно о государственных органах специальной компетенции, приведите примеры из вашего региона;

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Зарубежный опыт развития экономики туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Зарубежный опыт местного самоуправления	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Мировой опыт государственного	Информационная лекция

	регулирования туризма	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	-----------------------	---

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Текст лекции.

Зарубежный опыт развития экономики туризма

На основе изучения опыта организации управления туристско-рекреационной индустрией за рубежом можно выделить три модели государственного управления.

Первая модель предполагает отсутствие центральной государственной туристской администрации, все вопросы решаются на местах на основе принципов рыночной самоорганизации. Правительства отдельных стран принимают такое решение в тех случаях, когда туризм не является значимой для страны отраслью хозяйства, либо когда субъекты туристского рынка сознательны и занимают сильные позиции, т.е. способны решить свои проблемы без государственного участия.

Эта модель управления используется в США (в 1997 г. в США была ликвидирована государственная структура — USTTA, ведавшая туризмом). Руководство страны решилось на это в силу ряда причин:

- ? сокращение расходов федерального бюджета;
- ? наличие прочных позиций США на международном рынке туризма;
- ? привлекательность страны для зарубежных туристов;
- ? присутствие сильных частных компаний в индустрии туризма, способных на мощные самостоятельные рекламные акции в интересах всего национального рынка.

Вторая модель предусматривает наличие сильного и авторитетного министерства, контролирующего деятельность всей индустрии. Для ее реализации требуются определенные условия, а именно: большие финансовые вложения средств в индустрию туризма, рекламную и маркетинговую деятельность, инвестирование в туристскую инфраструктуру.

Организация управления туриндустрией по этой модели распространена в Турции, Египте, Тунисе и других странах, где туризм является одним из основных источников валютных поступлений.

Третья модель преобладает в европейских государствах и состоит в том, что вопросы развития туристской деятельности страны решаются на уровне какого-либо многоотраслевого министерства. Чаще всего это министерство с экономическим уклоном. При этом подразделение данного министерства, которое занимается вопросами туризма, осуществляет деятельность в двух направлениях: занимается глобальными вопросами государственного регулирования (разработкой нормативно-правовой базы, координацией деятельности регионов, международным сотрудничеством на межгосударственном уровне, обработкой статистической информации) и маркетинговой деятельностью, участием в выставках, управлением туристскими представительствами за рубежом.

В настоящее время система управления туризмом в большинстве стран носит преимущественно территориальный характер с возможностями воздействия на отраслевое развитие страны. В качестве примера можно рассмотреть систему управления туризмом Великобритании, являющуюся типовой для многих европейских стран.

На уровне страны, прежде всего, необходимо отметить Министерство национального наследия, в сферу компетенции которого входят вопросы осуществления политики в индустрии туризма страны. Отдел по туризму, существующий в рамках указанного министерства, включает в себя два подразделения: первое — отвечающее за финансовую поддержку индустрии туризма, за межведомственную координацию спорных вопросов, а также за предоставление индустрии туризма Англии на международном уровне; второе — отвечающее за статистическую информацию по состоянию туризма в стране, за стимулирование развития внутреннего туризма, а также за повышение качества туристского обслуживания. Соответствующие региональные отделения Министерства в первую очередь отвечают за координацию деятельности региональных органов управления, установление более тесных контактов между ними и устранение дублирования в их деятельности. Кроме того, на уровне каждого региона страны (Уэльса, Шотландии, Северной Ирландии и др.) существуют Управления по развитию туризма, функциями которых в первую очередь являются поддержание надлежащего уровня развития туризма в своем регионе и обеспечение объективной информации о нем на уровне всей страны. И, наконец, на еще более низком уровне существуют местные органы управления, отвечающие за создание инфраструктуры и обеспечение качественного обслуживания на их территории, планирование их развития, а также осуществляющие финансирование существующих Туристских информационных центров, которые предоставляют информационные услуги, осуществляют бронирование мест и пр.

Однако, кроме перечисленных территориальных органов управления, туризм в Великобритании представлен целым рядом негосударственных (общественных) организаций, выполняющих функции отраслевого управления на различных уровнях. В качестве общественных организаций существуют также представительства частного сектора, организованные в различные ассоциации и общества, отвечающие за лоббирование интересов предпринимателей индустрии туризма, консультирование и совершенствование методов работы на различных уровнях власти.

Организация управления туризмом во Франции представляет собой стройную и эффективную систему, объединяющую государство, регионы, департаменты, коммуны и частный сектор:

- ? министерство по транспорту и обустройству;
- ? государственный секретариат по туризму;
- ? региональные комитеты по туризму (22 региона);
- ? комитеты по туризму департаментов (100 департаментов);
- ? коммуны (36 тыс. коммун).

На государственном уровне за туризм отвечает Министерство обустройства и транспорта. В его структуре находится государственный секретариат по туризму, исполняющий функции национальной туристской администрации. В компетенцию федерального туристского ведомства входят вопросы: профессионального обучения; статистики туризма, прогнозирования эволюции туризма; формирования взаимоотношений с региональными комитетами; ведение контракт-планов по регионам (между государством и регионами подписываются контракты на 5 лет во всех областях, которые интересуют государство).

Важное место в системе управления туристской сферой занимает Агентство по туристской инженерии Франции (AFIT), которое является государственной организацией и выполняет следующие функции:

- ? адаптировать новые туристские проекты в национальных масштабах;
- ? проводить анализ и перспективное планирование развития туризма;
- ? исследовать поведение туристов в разных странах (наблюдение за спросом);
- ? наблюдение за информированием туристов о туристских предложениях;
- ? составление рекомендаций для различных туристских организаций;

? проведение обучение для отраслевых специалистов, проведение технических дней для передачи «ноу-хау»;

? ведение проектов «от начала до конца».

Министерство по туризму, как курирующая организации, обеспечивает AFIT помещениями и выплачивает заработную плату его сотрудникам (в агентстве работает 22 сотрудника). Годовой бюджет агентства составляет около 5400 тыс. евро. Из них пятая часть формируется за счет продажи услуг агентства, а 4/5 представляют собой субсидии различных министерств. Такое агентство единственное во Франции, однако по прогнозам специалистов потребность в туристской инженерии будет постоянно возрастать, поэтому в наиболее крупных туристских регионах могут быть созданы аналогичные региональные агентства.

На национальном уровне во Франции действуют организации, объединяющие как комитеты по туризму, так и ассоциации и турбюро: Федерация комитетов и департаментов по туризму Франции, Федерация ассоциаций городских турбюро Франции, Федерация арендных домиков Франции, Федерация пригородных парков и др.

Система управления туризмом во Франции складывалась десятилетиями. В настоящее время наметилась тенденция децентрализации в государственном управлении туризмом после передачи некоторых властных полномочий в регионы и департаменты. Несмотря на успешное развитие Франции как туристской территории (76 млн туристов в год, 12% ВВП Франции от туризма), можно обозначить такие общенациональные проблемы, как старение туристских секторов, а также ограниченность природных ресурсов для будущего развития.

В Испании вопросами туризма занимается Министерство экономики (через Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу). Кроме Госсекретариата Министерству подчиняются: Центральная дирекция по туризму (административные вопросы и общее направление политики); гостиничная цепь Paradores (83 гостиницы, размещенные в зданиях, представляющих историко-архивный интерес); два выставочно-конгрессных центра (в Мадриде и Малаге); Испанский институт туризма — Turespasa. Turespasa занимается привлечением иностранных туристов, рекламной деятельностью и продвижением испанских курортов за рубежом. Данная организация имеет широкую сеть информационных офисов в Испании и 29 представительств в 21 стране мира. Институт полностью финансируется из госбюджета.

В Италии Департамент по туризму подчиняется Министерству производственной деятельности. Основные функции Департамента сводятся к координации деятельности региональных турадминистраций, разработке нормативно-правовых отраслевых документов национального характера, исследованиям и обработке статистических данных, а также международной деятельности (межправительственные соглашения, взаимоотношения с международными организациями и Евросоюзом).

Однако центральная роль в представлении Италии на международном туристском рынке принадлежит национальному управлению по туризму (ENIT), основными функциями которого являются рекламно-информационная работа, маркетинговые исследования, координация зарубежной деятельности местных турадминистраций. ENIT подчиняется Департаменту по туризму и полностью финансируется из госбюджета. В штате ENIT 200 человек, в том числе сотрудники 20 представительств в 26 странах.

По масштабам международного туризма, федеральному устройству и способу организации индустрии туризма для России, наиболее приемлема третья модель управления. Однако для эффективного функционирования данной модели целесообразно государственное регулирование, что продиктовано необходимостью участия государства в формировании и продвижении национального турпродукта, осуществлении маркетинговых исследований, рекламно-информационной деятельности, организации и проведении международных туристских выставок, конференций, семинаров, формировании базового пакета инвестиционных проектов в области развития туристской инфраструктуры.

Туризм, в соответствии с рекомендациями ВТО, следует рассматривать с точки зрения развития и управления на контролируемой, комплексной и устойчивой основе, с учетом

применения основных принципов планирования. Подобный подход возможен лишь при условии применения территориально-отраслевого подхода к управлению и планированию туризма в регионе. Планирование в индустрии туризма зародилось в Европе в начале 60-х гг. XX века. Следует отметить, что планирование в туризме всегда имеет территориальную привязку к определенному географическому пространству. Сущность планирования в туризме заключается в создании определенных условий в дестинации, используя инфраструктуру и туристские другие ресурсы. Планирование развития туризма рекомендуется осуществлять на всех уровнях: международной, национальной, региональном, местном (локальном), а также в отношении конкретных районов и объектов. Национальное и региональное планирование закладывает основы для развития туризма страны и ее регионов.

Источник:

https://bstudy.net/956093/ekonomika/razvitie_transformatsiya_ekonomicheskikh_sistem?ysclid=lhbpu b9k2r814681132

Зарубежный опыт местного самоуправления

Организация местного самоуправления в США, Великобритании, Франции, Германии, Италии и Японии.

В США местное самоуправление регулируется законами штатов, которыми устанавливаются границы муниципальных образований, формы организации местной власти, полномочия местных органов власти и т.д.

Большинство штатов разделены на графства¹ (как области России на районы), в каждом из которых проживает примерно от 25 тыс. до 1 млн и более жителей. На территориях графств расположены сельские и городские общины (тауншипы, тауны, виллиджи, бороу, сити и др.). Местное самоуправление осуществляется и в графствах, и в общинах. То есть на двух уровнях.

Из графств выделены крупные города (мегаполисы), которые делятся на районы, внутри которых осуществляется местное самоуправление, координируемое специальными межмуниципальными органами самоуправления.

Особенностью местного самоуправления в США является то, что некоторые вопросы местного значения (образовательные, строительные, пожарные, водоснабжения, канализационные и др.) могут решаться не в рамках графств, а в рамках специальных округов, территории которых могут не совпадать с территориями графств. То есть охватывать разную площадь: от небольшой территории до нескольких графств. Они создаются в целях оказания населению тех услуг, которые не могут или не в полной мере могут быть обеспечены органами графств самостоятельно. Или если решение этих вопросов таким образом будет более рациональным. В специальных округах создаются органы специальной компетенции (управления или комиссии), которые избираются населением либо назначаются графствами или штатами.

В большинстве штатов муниципальные образования принимают свои хартии, в которых определены устройство местных органов власти и другие важные правила организации местного самоуправления. Созданная в масштабах всей страны негосударственная ассоциация муниципальных образований в помощь муниципальным образованиям утверждает модельную муниципальную хартию. В ней, в частности, предусмотрены: полномочия муниципального совета, его советников, служащих и мэра;

порядок формирования местной администрации, порядок назначения и полномочия муниципального менеджера;

порядок формирования и расходования муниципального бюджета;

вопросы, связанные с планированием развития муниципалитета; организация муниципальных выборов и референдумов, подачи петиций и осуществления других гражданских инициатив;

ограничения для муниципальных советников и служащих, которые обеспечивают предупреждение конфликтов интересов общины и данных лиц;
порядок изменения муниципальной хартии.

Модельная хартия содержит комментарии, разъясняющие сущность и значение соответствующих правил.

Хартии муниципальных образований могут отличаться от модельной муниципальной хартии и устанавливают более детальные правила организации местного самоуправления.

Кроме законодательства штатов и муниципальных хартий определенную роль в регулировании местного самоуправления в США играют судебные прецеденты и судебные толкования.

Функции органов местного самоуправления в США можно условно разделить на две группы:

- 1) административные — обеспечение правопорядка, противопожарная охрана, сбор налогов, проведение выборов, контроль за качеством товаров, регистрация актов гражданского состояния и др.;
- 2) социальные — содействие работе школ, библиотек, общественных парков, медицинских и социальных учреждений, жилищно-коммунальных служб.

Организационные формы местной власти разнообразны. Основные из них: мэр—совет, совет—мэр, совет—мэр—управляющий, комиссия.

Органы местного самоуправления действуют строго в соответствии с законом. Среди форм воздействия на них со стороны штатов, в случае такой необходимости, выделяют прямые и косвенные:

1) прямые — от направления обязательных инструкций до смещения органов местного самоуправления и передачи их функций администрации штата или ее представителю (например, в случае неплатежеспособности муниципалитета);

2) косвенные — от требований представлять доклады по каким-то вопросам до жесткого контроля за использованием предоставляемых муниципалитетам субсидий.

В Великобритании в соответствии с законом Англия и Уэльс разделены на графства. Графством может быть и мегаполис (метрополитенское графство).

Численность населения графства в Уэльсе примерно 340 тыс. человек, в Англии — 700 тыс. человек, метрополитенского — 2 млн человек.

Графства делятся на округа с населением примерно 100 тыс. человек, которые охватывают сельские и городские населенные пункты. Численность населения округа в метрополитенском графстве — примерно 330 тыс. человек.

Территория Шотландии разделена на регионы (по сути — те же графства), внутри которых - округа.

Территория Северной Ирландии делится на графства (2 из них — города), которые делятся на районы (по сути — те же округа).

Низовые муниципальные образования в Англии и Северной Ирландии называются приходом, а в Уэльсе и Шотландии - общинами.

В разных районах страны местное самоуправление осуществляется на двух или трех уровнях: графство-округ или графство-округ-приход (община).

Полномочия в сфере местного самоуправления разделены между муниципальными образованиями разных уровней:

- 1) в ведении графства — планирование в графстве (городе), строительство и ремонт дорог (кроме магистральных и мостов); образование, библиотеки и музеи; социальные службы; полиция и пожарная охрана; трудоустройство молодежи; продовольствие и медикаменты; парки и уборка мусора; мелкие акционерные компании;
- 2) в ведении округа — планирование села (города); жилищное строительство; здравоохранение и борьба с шумом; зрелища и реклама; сбор мусора; содержание кладбищ; налогообложение; фабрики и учреждения на его территории;

- 3) в ведении прихода (общины) — распределение земельных участков; места отдыха; пешеходные дорожки; автобусные стоянки; погребение.

При этом возможно взаимное делегирование полномочий, а также создание совместных органов по решению отдельных вопросов.

Функции органов местного самоуправления, в зависимости от порядка их возникновения, могут быть следующие:

- 1) дискреционные — обязательные по закону;
- 2) возникающие из адаптивных законов, которые применяются, если они одобрены соответствующим местным советом (впрочем, в этих законах могут быть обязательные и рекомендованные функции);
- 3) возникающие из т.н. «местных законов», которые парламент издает по просьбе конкретного муниципального образования;
- 4) возникающие из подзаконных актов (правительства или министерств);
- 5) делегируемые.

Во всех муниципальных образованиях, за исключением мелких, избираются советы. В мелких - действуют собрания граждан, которые в свою очередь также могут избирать советы, если это необходимо.

Территория Большого Лондона разделена на административные районы (чуть более 30-ти), в которых до 1980 г. были советы. Затем их заменили специальными органами, назначаемыми из центра (то же самое сделано в метрополитенских графствах).

Советы графств и округов по структуре примерно одинаковы -советники избираются на 4 года (в Шотландии — на 3 года) и ежегодно из своего состава избирают председателя совета (в городе он называется мэром). Состав советников ежегодно переизбирается на одну треть. Могут быть и другие правила переизбрания, но оно обязательно. Численность совета определяется количеством избирательных округов, которая устанавливается государственным секретарем и может составлять несколько десятков. Советы формируют местные администрации, в которых работают муниципальные служащие.

Совет прихода (общины) состоит примерно из 5—15 членов. Если совета прихода нет, то его обязанности выполняет председатель собрания прихода (проводимого один раз в год) и чиновник совета округа (т.н. доверенное лицо).

Во Франции 4 уровня власти: центр, регионы (22), департаменты (более 100) и коммуны (более 36 тыс.). В регионах, департаментах и коммунах осуществляется местное самоуправление при наличии назначаемых Правительством представителей государства — префектов и супрефектов. При этом разграничение функций между выборными органами местного самоуправления и представителями государства везде разное.

В департаменте избирается генеральный совет на 6 лет, который формирует постоянно действующий исполнительный орган - департаментскую комиссию в составе 4—7 человек, которые не могут быть депутатами. На ее заседаниях присутствует префект или его представитель.

В коммуне избирается муниципальный совет из 6—9 человек на 6 лет. Совет осуществляет, в частности, следующие полномочия:

- избирает из своего состава мэра и его заместителей;
- разрабатывает и принимает бюджет коммуны;
- управляет имуществом коммуны;
- определяет содержание коммунальных работ;
- создает и ликвидирует должности коммунальных чиновников.

Контроль за законностью решений совета осуществляет префект с помощью работающего в коммуне супрефекта. Муниципальный совет может быть распущен мотивированным указом Президента страны, например, за неспособность обеспечить управление общиной.

Мэр осуществляет, в частности, следующие полномочия:

- доводит до сведения населения законы и обеспечивает их выполнение;
- участвует в наборе в армию;

ведет акты гражданского состояния;
разрабатывает проекты решений совета;
исполняет решения совета.

Он не несет ответственности перед советом, но может быть отстранен от дел Министром внутренних дел на срок до 1 месяца и отправлен в отставку указом Президента, одобренным Советом министров.

В Германии 3 уровня управления: федеральный, земельный и коммунальный. Коммунальное управление осуществляется, в основном, на двух уровнях: в районах (уездах) и общинах, в которых действуют выборные органы (советы). В общинах с населением менее 200 человек, наряду с советами, действуют собрания граждан. Каждая община имеет свой устав.

Местное самоуправление означает выполнение органами местного самоуправления государственных задач под свою ответственность, то есть как будто государство делегирует органам местного самоуправления свои полномочия. Однако общины обладают суверенными правами по вопросам организационным, кадровым, правотворческим, финансовым и др.

Кроме собственных задач общины выполняют общегосударственные задачи, действительно делегируемые им государственными органами.

Собственные задачи включают в себя обязательные и добровольные:

- 1) обязательные — строительство школ и дорог, пожарная охрана, санитарный надзор и др.;
- 2) добровольные — строительство культурных, спортивных и социальных объектов, которые нельзя строить, если не построены обязательные, и др.

Организационные формы местной власти 4-х типов:

- 1) магистратная — совет общины избирается на 4 года и избирает бургомистра, который председательствует в исполнительном органе (магистрате) на правах первого среди равных (хотя и с особыми полномочиями), потому что магистрат является коллегиальным органом;
- 2) бургомистерская — совет избирается на 5 лет и избирает бургомистра, который председательствует в совете и осуществляет исполнительную власть, являясь главой исполнительного органа (городской управы);
- 3) северогерманская - совет избирается на 5 лет и избирает бургомистра, который председательствует в совете, и директора общины (или городского директора), который осуществляет текущее управление;
- 4) южногерманская — население избирает совет на 6 лет и обер-бургомистра, который председательствует в совете, готовит его решения, а также исполняет решения совета (имея право их опротестовывать) и осуществляет текущее управление.

В Италии местное самоуправление осуществляется на трех уровнях: в областях¹, провинциях и муниципалитетах (городских и сельских коммунах).

В области прямым голосованием избирается совет в составе от 30 до 80 членов на 5 лет, который из своего состава избирает председателя и членов джунты (исполнительный орган), которые руководят областной администрацией. Основные полномочия области: установление и изменение границ муниципалитетов, профессиональная

Отдельные области, в отличие от большинства, обладают большей автономией, вплоть до обладания правом принятия своих законов. подготовка, здравоохранение и больничное обслуживание, культурные услуги, планирование строительства, туризм, областной общественный транспорт, судоходство на озерах, развитие портов и портового хозяйства, охрана окружающей среды и др.

Контроль за деятельностью областных органов власти осуществляет комиссар, который назначается центральным правительством, и контрольная комиссия, три члена которой назначаются председателем областного совета, один — областным комиссаром и один — областным административным судом из состава его судей.

В провинции население избирает совет в составе от 24 до 45 депутатов на 5 лет и председателя, который сам формирует и возглавляет джунту.

В дополнение к органам самоуправления в провинции назначается губернатор, который подотчетен Министерству внутренних дел и отвечает за поддержание общественного порядка, исполнение национальных законов и за соответствие закону решений, принимаемых провинциальным советом.

Муниципалитет вправе решать любой вопрос местного значения, если он не находится в компетенции вышестоящего органа власти. В его компетенции находятся санитарная служба и здравоохранение, служба общественной помощи, коммунальный жилой фонд, общественные работы, рынки и ярмарки, содержание местной полиции, общественный транспорт, места общественного пользования, помощь при несчастных случаях, строительство и содержание школ и дорог, обеспечение условий для отдыха, культурной деятельности и занятий спортом, регистрация актов гражданского состояния, списки избирателей, сбор налогов и пошлин.

Население муниципалитета избирает совет в составе от 13 до 80 депутатов на 5 лет и синдика (мэра), который сам формирует и возглавляет джунту, а в коммунах с населением до 15 тыс. жителей выполняет и функции председателя совета.

Одновременно синдик представляет центральное правительство и в качестве государственного лица он обязан:

обеспечивать публикацию и доведение до сведения граждан законов, других государственных актов и информации правительства;

поддерживать общественный порядок и обеспечивать безопасность граждан;

составлять статистические отчеты по определенным показателям;

вести избирательные и призывные списки;

осуществлять другие функции, имеющие отношение к общественным работам и обеспечению общественного благосостояния.

В Японии местное самоуправление осуществляется на двух уровнях: в префектурах (и приравненных к ним районах Токио и Хоккайдо) с населением от 0,5 до 12 млн человек и в общинах (городах, поселках и селах). Крупные города префектур (с населением свыше 500 тыс. чел.) имеют особый правовой статус.

Токио разделен на районы, в которых избираются советы и главы районов. В других крупных городах также имеют районы, но в них нет избираемых органов, а главы их исполнительных органов назначаются мэрами городов.

Глава местной администрации (в префектуре — губернатор, в общине — мэр или староста) избирается населением на 4 года и рассматривается как представитель Правительства на соответствующей территории. Он стоит над муниципальным советом и вправе:

самостоятельно назначать чиновников местной администрации;

налагать вето на решения совета (отклоняемое 2/3 голосов);

брать на себя функции совета и даже распускать его (назначая при этом новые выборы).

Однако и совет может отстранить губернатора (мэра), если за это проголосует 3/4 его депутатов, но для постановки вопроса об отзыве губернатора (мэра) требуется петиция, подписанная 1/3 избирателей. Споры разрешаются в административном или судебном порядке.

Губернатор может быть досрочно смещен премьер-министром, а мэр города и староста деревни — губернатором.

Совет избирается населением на 4 года в составе, зависящем от численности соответствующего населения (префектуры — не более 120 депутатов, а общины — от 12 до 30). В мелких общинах советы не избираются, а созываются собрания избирателей.

По инициативе 1/3 избирателей может проводиться голосование населения о роспуске местного совета, и он распускается, если за это проголосовало большинство участвующих в голосовании местных жителей. В таком же порядке могут быть отозваны губернаторы, мэры, старосты и другие местные выборные должностные лица. Но отзыв возможен только через год после их вступления в должность.

Органы местного самоуправления обязаны:

планировать развитие своих территорий;

заботиться о создании и поддержании в хорошем состоянии необходимой для жизнедеятельности инфраструктуры (жилья, дорог, каналов, городского хозяйства и т.п.);
заниматься вопросами начального и среднего образования, здравоохранения;
содействовать местному предпринимательству (прежде всего мелкому и среднему),
поддерживать сельскохозяйственное производство;
регулировать трудовые отношения;
обеспечивать безопасность граждан и сохранность их имущества; заботиться об охране окружающей среды.

Источник:

https://vuzdoc.org/14609/pravo/zarubezhnyy_opyt_mestnogo_samoupravleniya?ysclid=lhdlorn3nn38841601

Мировой опыт государственного регулирования туризма

В ходе рассмотрения мировой практики по государственному регулированию туризмом в различных странах следует отметить, что все они могут быть поделены на две группы:

В первую группу входят страны, которые имеют самостоятельный орган исполнительной власти, отвечающий за туризм. При этом в странах, относящихся к этой группе, министерство туризма, со всем разнообразием своих департаментов и отделов, напоминает правительство в миниатюре, в нём действует налоговый, инвестиционный отделы, отдел по управлению имуществом, отделы профессионального образования, экономики и статистики, сертификации, лицензирования. Орган исполнительной власти, осуществляющий управление туристской отраслью, должен устанавливать отношения с министерствами экономики, внешнеэкономических связей или внешней торговли, культуры, образования, сельского хозяйства и транспорта. При этом правительства стран, где действуют государственные органы управления туризмом, передают им исключительные полномочия решать вопросы, относящиеся к регламентации туристской деятельности, продвижению страны как туристского направления, вопросы профессиональной подготовки и т.д. .

К первой группе можно отнести и страны, в которых туристские администрации входят в состав министерств экономики, промышленности, транспорта, торговли. Так, отдельные структурные подразделения, наделенные большой компетенцией и входящие в состав других министерств, существуют в Италии, Тунисе, на Кипре, Испании.

Вторая группа включает страны, где функции государства в области туризма рассредоточены в разных органах государственной власти. Для второй группы стран характерно отсутствие четкой туристской политики, дублирование функций несколькими органами исполнительной власти, размытость вопросов компетенции и функций в сфере туризма. К таким странам можно отнести Российскую Федерацию, Казахстан. В целом, туризм в этих странах развивается медленно и не является ведущим сектором экономики.

Известно, что туризм является одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. По оценкам ВТО к 2013 г. количество международных туристских поездок составит 937 млн., а поступления от туризма возрастут до 1,1 трлн. долларов США.

Развитие туризма влияет на создание новых рабочих мест. Так, если в 1998 г. в мировой туристской индустрии было занято около 115 млн. человек, то в 2010 г. уже 310 млн. человек.

При изучении опыта правового регулирования государств, где наиболее развит туризм, хотелось бы отметить, что успех развития туризма напрямую зависит от того, как на государственном уровне воспринимается эта отрасль, насколько эта отрасль пользуется государственной поддержкой.

Разработанные в ряде стран государственные программы стимулирования въездного туризма предусматривают льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций в туризм, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров.

Примером такой страны может служить Турция, дающая льготы местным и иностранным инвесторам, туроператорам. Благодаря финансовой поддержке государства и местных властей туристская отрасль Турции находится на подъеме. Так, если в 2002 г. количество туристов составило 6,7 млн. чел., то в 2009 г. этот показатель достиг 9,2 млн. человек, а доход за год составил 8 млрд. 300 млн. долл. США.

При этом любое цивилизованное государство для того, чтобы получать от туристской индустрии доходы в бюджет, должно вкладывать средства в исследование своих территорий для оценки туристского потенциала, подготовки программ развития турбизнеса, проектов необходимой инфраструктуры курортных регионов и туристских центров, в информационное обеспечение. Частнопредпринимательский сектор никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных и иных туристских предприятий, как и основных элементов туристской инфраструктуры, и не способен выполнять отдельные функции Национальной Туристской Администрации. Во всех сильных туристских державах есть такие организации, подчиненные, как правило, министерствам, которые занимаются разработкой национальных программ развития туризма, называются они по-разному: в Великобритании - BTA (British Tourist Authority), в Ирландии - Irish Board, в Испании - Turespana, в Италии - ENIT, в Норвегии - NORTRA и т.д.

Именно они содержат представительства по туризму в других странах, разрабатывают привлекающие туристов программы и обеспечивают поток туристской информации. Специфика туризма связана с интернациональным характером и широким спектром отношений, в которые приходится вступать лицам, так или иначе участвующим в организации отдыха и путешествий. Разнообразие этих отношений порождает определенную сложность правового регулирования.

В любом государстве взаимоотношения сторон «турист - турфирма», «турист - государство», «турфирма - государство», регулируются соответствующим законодательством. В зависимости от степени цивилизованности государства и при всем большем приближении к понятию правового государства законодательство становится более детальным и полным. В оптимальном варианте должен быть охвачен каждый элемент взаимоотношений указанных сторон.

Современный период развития туризма требует формирования новых механизмов и мотиваций деятельности туристических предприятий, так как недостаточно разработаны разделы законодательства, прямо или косвенно затрагивающие интересы потребителей, туристских предприятий и государства в процессе становления частного сектора туризма. Анализ документов международных конференций по туризму показывает, что «туризм должен планироваться государственными властями, а также местной администрацией и туристскими организациями на комплексной и последовательной основе».

Сегодня невозможно обойтись без единого национального механизма, обеспечивающего координацию туристской политики на общегосударственном уровне. В связи с этим большое значение имеет Всемирная туристская организация (ЮНВТО) - специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, являющееся ведущей международной организацией в сфере туризма и путешествий. Она служит в качестве глобального форума в области туристской политики и практического источника туристского ноу-хау. Имея штаб-квартиру в Мадриде (Испания), ЮНВТО играет центральную и решающую роль в пропаганде и развитии ответственного, устойчивого и общедоступного туризма, призванного способствовать экономическому развитию, международному взаимопониманию, миру, благосостоянию, а также взаимному уважению, безусловному соблюдению гражданских прав и основных свобод. В своих рекомендациях ВТО отмечает, что на нынешнем этапе развития туризма только государство и правительство играют в нем первостепеннейшую, если не единственную роль, а частнопредпринимательский сектор участвует в этом лишь частично. Последний никогда не сможет покрыть потребности в крупных инвестициях для развития курортных, гостиничных и иных туристских предприятий, как и основных элементов туристской инфраструктуры. Именно государство и государственные органы содержат

представительства по туризму в других странах, разрабатывают привлекающие туристов программы и обеспечивают поток туристской информации.

При их помощи в ряде стран разрабатываются государственные программы стимулирования выездного туризма, которые предусматривают льготы в налогообложении, упрощение погранично-таможенного режима, создание благоприятных условий для инвестиций, увеличение бюджетных ассигнований на развитие инфраструктуры, рекламу на зарубежных рынках, подготовку кадров.

Примером такой страны может служить Греция. Ее правительство предлагает инвесторам помощь в получении кредита по выгодной процентной ставке, скидки по налогам. Так, НДС на размещение и питание в Греции составляет 8%, в то же время Правительство разработало систему скидок турфирмам, осуществляющим прием в несезонный период.

Ежегодно Министерство национальной экономики Греции объявляет общую сумму помощи инвесторам в туризм. Правительством Греции определяются приоритеты инвестирования в туризм. Прежде всего, это строительство, расширение и модернизация высококлассных отелей и туркомплексов. Причем, если объем инвестиций достигает 21 млн. долларов США, предоставляются дополнительные льготы

Интересно, что реконструирующиеся гостиницы и другие туристские объекты имеют право выбора формы государственной помощи. В зависимости от состояния предприятий это могут быть субсидии или налоговые льготы. Такая политика в области туризма дает, безусловно, положительный результат. Государственные программы развития туризма существуют во многих странах мира, которые считают туризм одной из основных отраслей развития экономики. Доходы, получаемые государством в виде налога от туристской деятельности, тоже весьма внушительны: в США сумма налогов от туризма составляет 130 млрд. долл. в год, в Японии - 70, в Германии - 57.

Государственная политика в сфере туризма предполагает, прежде всего, создание правовой базы, позволяющей туризму нормально функционировать как равноправной отрасли в условиях рынка.

Отметим, что сегодня сложилось несколько подходов к организации модели государственного регулирования туризма. Так, в некоторых странах с развитой рыночной экономикой государственное регулирование упразднено и субъекты рынка осуществляют оперативное регулирование (например, в США в 1997 г. была упразднена государственная администрация, занимающаяся вопросами развития туристской отрасли). В странах, где присутствует государственное регулирование рынка туристских услуг, реализуются две модели: либо созданы специальные органы государственной власти, либо же регулирование осуществляется многопрофильными органами.

Рассмотрим, как же действует государство и осуществляется государственное управление туризмом на примере нескольких стран.

На Мальте вопросы регулирования туризма осуществляет Мальтийское Управление по Туризму. Так, основной целью создания Мальтийского Управления по Туризму являлось объединение различных государственных советов и учреждений, занимающихся туризмом. Управление занимается продвижением Мальты как турнаправления, даёт направляющий стимул индустрии туризма Мальты, играет регулятивную, координирующую роль. Это позволит Мальтийскому Управлению по Туризму, используя свой новый имидж, поставить продвижение Мальты как турнаправления в соответствие с высоким качеством Мальтийского туристского продукта. В новой программе маркетинга Управление будет делать акцент на те особенности Мальты, которые турист не найдет в других местах, - уникальность истории и культуры, простоту и подлинность.

Во Франции Законом о туризме определены условия, позволяющие заниматься продажей туров, установлен круг физических и юридических лиц, подпадающих под действие данного закона, названы услуги, относящиеся к туристским, сформулированы условия, при которых возможно осуществление туристской деятельности для турагентств, общественных организаций и ассоциаций, местных туристских органов, а также отдельных категорий лиц.

Фактически речь идет о возможности получения разрешения (в виде лицензии, сертификата и иного официального согласия) на занятие туристской деятельностью в том виде, в каком это определено Законом.

В специальном разделе Закона фиксируются отношения между производителем и потребителем туристского продукта, перечислены основные права и обязанности продавца и покупателя, которые должны содержаться в контракте (договоре). Законом также регламентированы меры ответственности продавца турпродукта за качество входящих в него услуг, а также случаи, исключающие такую ответственность, санкции к нарушителям и механизм контроля со стороны государственных органов за деятельностью физических и юридических лиц, подпадающих под регламентацию данного Закона.

Вопросы регулирования туризма относятся к компетенции Министерства транспорта и общественных работ, в структуре которого предусмотрены Государственный секретариат по вопросам туризма и Управление туризма. Эти органы курируют вопросы управления и регулирования отрасли, инвестирования и международных отношений в сфере туризма.

ВТА занимается привлечением иностранных туристов в Великобританию и развитием внутреннего туризма, а также консультирует правительство и другие государственные учреждения по вопросам туризма. Для этого администрация проводит рекламные кампании за рубежом через сеть своих офисов и представителей, через прессу, радио и телевидение, организует международные конференции, предоставляет маркетинговые и консалтинговые услуги по вопросам международного туризма, издает разнообразные информационно-справочные материалы.

Являясь по организационно-правовой форме частнопредпринимательским институтом, ВТА наряду с традиционной деятельностью на зарубежных рынках (распространение информации туристического содержания, участие в выставках) предоставляет платные консалтинговые и маркетинговые услуги, организует выставки и семинары, осуществляет различные проекты с участием иностранного капитала, издаёт и реализует путеводители, видеофильмы и другую рекламно-информационную продукцию.

Во главе ВТА стоит совет директоров из пяти человек и президент. В штате организации около 300 человек, из которых примерно треть работает в Лондоне, а остальные за рубежом в 26 странах мира. Более чем на 2/3 (68%) ВТА финансируется из госбюджета.

В США Первый Национальный закон США «О международном туризме» был принят в 1961 г. Им предусматривалось создание Администрации по путешествиям и туризму (АПТ) в рамках Федерального министерства торговли США. Далее в 1981 г. был принят Закон "О Национальной политике в сфере туризма", а 30 мая 1992 г. - Закон "О политике в сфере туризма и развитии экспорта", согласно которому перед АПТ были поставлены следующие основные задачи: координация государственной политики в области туризма в интересах США, исследование конъюнктуры туристского рынка, ведение статистики туризма, руководство программой развития туризма, оказание поддержки штатам, графствам, городам и сельским районам.

Помимо Национального органа, регулировавшего туризм на федеральном уровне, в США в каждом из штатов имеется соответствующая служба, ответственная за развитие туризма. Как правило, это Агентство по торговле, коммерции и туризму, перед которым поставлены задачи планомерного роста и всестороннего развития въездного и внутреннего туризма, проведение рекламно-информационных программ по их пропаганде, осуществление исследовательских акций по анализу состояния и перспективам развития туризма. Аналогичная картина в графствах и городах, где при местных органах власти имеются специальные Бюро по туризму, главной функцией которых является привлечение туристов. В Бюро входят представители городских властей, транспортных компаний, отелей, ресторанов, развлекательных и прочих учреждений. Бюджеты Бюро формируются из средств, собираемых графством или городом в виде налога, взимаемого с жильцов гостиниц за проживание (от 8 до 18%), а также за счет членских взносов и доходов от рекламы.

Администрация по путешествиям и туризму (АПТ) была призвана работать в тесном контакте с Консультативным советом по вопросам туризма, куда входят 15 представителей основных отраслей промышленности США, а также Национальным Советом по пропаганде путешествий и туризма, который ответствен за издание каждый год доклада с обязывающим названием: "Туризм работает на Америку". В этих докладах четко прослеживается мысль, что въездной и внутренний туризм являются важнейшими секторами национальной экономики. В США туристская индустрия является вторым крупнейшим «работодателем» после системы здравоохранения.

В Германии вопросами международного туризма занимается Национальный туристский комитет Министерства экономики, отвечающий за продвижение туризма в Германии и увеличение турпотока в страну. Представительства комитета функционируют в 27 странах мира.

В Австрии туристскую отрасль курирует Министерство экономики. Рекламой туристских возможностей страны ведает Австрийский национальный туристский офис, представительства которого работают в 26 странах мира.

В Швейцарии вопросами въездного туризма занимается Центральное ведомство по туризму (ЦВТ) - крупнейшее национальное рекламное агентство.

В Индонезии существует специальное ведомство по туризму, которое наделено достаточно широкими полномочиями в области защиты прав туристов. В частности, в стране действует влиятельная туристская полиция, которая осуществляет контроль и надзор за туристской и гостиничной индустрией, а также разбирает конфликтные ситуации, участниками которых становятся гости из-за рубежа.

В Израиле работает мощное Министерство туризма, бюджет которого в 2007 году достиг \$150 млн. Эти деньги используются на финансирование мероприятий, связанных с информационной, презентационной, выставочной деятельностью по всему миру, на проведение конференций, организацию консалтингового обслуживания, издание буклетов и рекламных материалов.

В объединяющейся Европе еще в июне 1990 г. была принята Директива ЕС по содержанию туристских услуг и турпродукта в целом. Для защиты прав потребителей в Директиве ЕС приведены к единому содержанию тексты контрактов между турфирмой и туристом-потребителем, оговорены условия, взаимные права, обязанности и гарантии.

Бразилия - индустриально-аграрная страна с высоким уровнем развития рыночной экономики. ВВП составляет \$472 млрд. (\$5470 на душу населения). Импорт - \$36 млрд, экспорт - \$43,6 млрд. Среди наиболее развитых отраслей промышленности в Бразилии выделяются: автомобилестроение, самолетостроение, электронно-вычислительная техника [31,89с.].

В Бразилии туризм относительно молодая отрасль национальной экономики. Число иностранных туристов, посещающих Бразилию, пока еще значительно отстает от числа местных туристов. Правительство вкладывает большие деньги в развитие туризма, поэтому следует ожидать, что в скором будущем туризм станет развитой и прибыльной экономической отраслью страны.

Изучение опыта государственно-правового управления развитием туризма в некоторых странах дальнего зарубежья показывает, что в этих странах развитие индустрии туризма происходит при всесторонней поддержке государства путем создания специальной системы законодательных актов, благоприятных условий для привлечения инвестиций и последовательного развития инфраструктуры. При этом наиболее эффективными методами государственного регулирования явилось среднесрочное планирование развития сферы туризма в сочетании с формированием особых экономических зон туристско-рекреационной направленности на основе всемерной государственной поддержки и льготного налогообложения в целях стимулирования ускоренного развития и формирования туристских зон. Полагаем, что возможно использование указанных методов для развития туризма для нашей страны.

Несмотря на то, что туризм есть отрасль, осуществляемая частными организациями, присутствие государства ощущается во всех направлениях. И это есть залог качества туристской деятельности. В последние годы во многих странах наблюдается устойчивая тенденция передачи административных и законодательных функций по управлению и регулированию деятельности в сфере туризма на региональный и местный уровень.

Центральные органы власти оставляют за собой право определять генеральную линию развития туризма в стране, представлять страну в международных организациях, подписывать межгосударственные соглашения о сотрудничестве в области туризма, издавать так называемые «рамочные законы», которые устанавливают систему общих норм по регулированию туристской деятельности и обеспечивают проведение единой национальной политики в области туризма.

Источник:

https://studbooks.net/664268/turizm/mirovoy_opyt_gosudarstvennogo_regulirovaniya_turizma?ysclid=lhdltf8f3s441708307

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. какова структура управления в сфере рекреации и туризма на муниципальном уровне в вашем регионе;
2. что вам известно о зарубежном опыте местного самоуправления.

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

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

**1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И
МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Система органов государственной власти в РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Индустрия туризма как отрасль национальной экономики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. История функционирования Федерального агентства по туризму РФ
2. Роль и методы государственного регулирования в индустрии туризма и гостеприимства
3. Стратегическое планирование территории в целях развития туризма
4. Туристская политика

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Организационная структура управления туризмом в РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Министерство экономического развития и торговли	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
2. Что вы знаете о государственном управлении в области продвижения внутреннего и въездного туризма? Перечислите методы этого управления.
3. Что вы знаете о государственном управления в области организации туристской деятельности? Перечислите методы этого управления.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: кейс-задание

Примеры кейс-заданий к разделу 1:

Проведение анализа существующей региональной программы развития. Анализ органов управления туризмом в данном регионе. Исследование состояния туризма в регионе. Выявление потенциальных туристских возможностей в регионе. Определение «уставших» туристских объектов и подбор альтернатив. Формирование выводов.

Работа может проводиться в малых группах. По результатам исследования формируется отчет.

Методические рекомендации см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – Кейс-задание

Задание 1. Рассмотрите роль государства в поддержке въездного туризма.

Задание 2. Сравните региональную и муниципальную программу в сфере туризма (регион и муниципальное образование — по выбору)

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирующего) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Первая группа – акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии (общие акты)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Вторая группа – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность (специальные акты)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Туристские формальности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о туристско-рекреационных особых экономических зонах.
2. Региональные целевые программы развития в России
3. Государственное частное партнерство в программах развития туризма в РФ
4. Государственные структуры, взаимодействующие с Федеральным агентством по туризму РФ
5. Расскажите о том, что такое ответственность в государственном и муниципальном управлении в сфере туризма, перечислите ее виды.
6. Расскажите об организации публичного управления в сфере туризма в Российской Федерации.
7. Расскажите об органах государственной власти в сфере туризма общей и специальной компетенции.
8. Расскажите о субъектах публичного управления, перечислите их виды

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирующего) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Международные нормативные акты общего характера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Международные нормативные специального характера	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое национальная туристская администрация?
2. Что такое региональные туристские администрации?
3. В чем заключается участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.
4. В чем заключаются функции международных межправительственных организаций как субъектов публичного управления в сфере туризма?
5. В чем отличие публичного управления туризмом в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: защита и презентация реферата

Примеры тем к разделу 2:

1. Понятие и значение правовой среды туристского предприятия
2. Роль и методы государственного регулирования в индустрии туризма и гостеприимства
3. Туристская политика
4. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
5. Правовые акты, регулирующие сферу гостеприимства и туризма, их классификация

6. Понятие и функции национальной туристской администрации
7. Понятие и функции национального туристского офиса
8. История функционирования Федерального агентства по туризму РФ
9. Государственные структуры, взаимодействующие с Федеральным агентством по туризму РФ
10. Понятие и значение маркетинга национального туристского продукта
11. Региональные целевые программы развития в России
12. Государственное частное партнерство в программах развития туризма в РФ
13. Программа развития круизного туризма в Азово-Черноморском регионе
14. Программы развития туризма на территориях муниципальных образований
15. Стратегическое планирование территории в целях развития туризма
16. Кластерный подход к развитию туризма: мировой опыт
17. Программа развития туризма в Дальневосточном федеральном округе
18. Программы по туризму для детей с ОВЗ
19. Программа по развитию туризма в г. Москва
20. Программы развития туризма в малых городах России

Методические рекомендации см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – Кейс-задание

Задание 1. Рассмотрите роль ЮНВТО в поддержке туризма в развивающихся странах.

Задание 2. Сравните публичное управление туризмом в США и странах Западной Европы (на примере одной страны по выбору)

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	ФЦП: понятие, ключевые моменты	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	ФЦП: опыт и перспективы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о государственном управлении в области инвестиционной деятельности
2. Расскажите о государственном управлении в области подготовки кадров для сферы туризма.
3. Расскажите о едином федеральном реестре туроператоров: понятие, информация, содержащаяся в реестре, порядок ведения реестра уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;

- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Понятие модели кластера. Особенности кластеризации экономики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Кластерный подход в экономики туризма: опыт, перспективы	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. Кластерный подход к развитию туризма: мировой опыт
2. Государственное частное партнерство в программах развития туризма в РФ
3. Государственные структуры, взаимодействующие с Федеральным агентством по туризму РФ – ретроспективный аспект.
4. Раскройте современную структуру и тенденции модернизации системы управления сферы туризма на федеральном уровне.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетно-практическое задание

Пример расчетно-практического задание к разделу 3:

Работа в группах, применение практики воссоздания предметного и социального содержания профессиональной деятельности, моделирования систем отношений, характерных для туристской деятельности: провести анализ туристского кластера, проанализировать экономические показатели (до создания кластера, в периоды ЖЦК) дать его описание, выявить проблемы и обозначить перспективы, представить прогноз развития экономики кластера (территории).

Методические рекомендации см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – кейс-задание.

Задание 1. Опишите в графической форме структуру федеральных органов исполнительной власти в сфере туризма.

Задание 2. Проведите анализ административного регламента туристской администрации по оказанию государственной услуги (по выбору)

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.1. Местное самоуправление

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления (регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Полномочия органов местного самоуправления в сфере туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Практика реализации муниципальными образованиями федеральных норм	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите о правовом положении Объединения туроператоров в сфере выездного туризма.
2. Расскажите о правовых основах публичного управления в сфере туризма в Российской Федерации.
3. Расскажите о разграничении полномочий между органами государственной власти и местного самоуправления Российской Федерации в сфере туристской индустрии.
4. Туристская стратегия и тактика на государственном и муниципальном уровнях
5. Что вы знаете о государственном управлении в области продвижения внутреннего и въездного туризма? Перечислите методы этого управления.
6. Что вы знаете о государственном управлении в области организации туристской деятельности? Перечислите методы этого управления.
7. Что такое местные туристские администрации?

1. Учебная дисциплина. ОРГАНИЗАЦИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

3. Цели занятия.

- рассмотрение и изучение структуры и функций органов управления туризмом в РФ;
- определение функций и области задач государственного управления в сфере туризма;
- изучение нормативно - правовых основ государственного и муниципального управления в сфере туризма;
- изучение роли муниципального управления туризмом и индустрией гостеприимства;
- исследование опыта государственного и муниципального управления(регулирования) туризмом и гостеприимством в зарубежных странах с высоким развитием.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Зарубежный опыт развития экономики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Зарубежный опыт местного самоуправления	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Мировой опыт государственного регулирования туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Что такое национальная туристская администрация?
2. Что такое региональные туристские администрации?
3. В чем заключается участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.
4. В чем заключаются функции международных межправительственных организаций как субъектов публичного управления в сфере туризма?
5. В чем отличие публичного управления туризмом в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: кейс-задание

Примеры тем к кейс-заданию к разделу 4:

1. На основе проведенного анализа существующей региональной программы развития туризма, проводится формирование предложений (рекомендаций) по совершенствованию программы развития туризма в регионе. Результаты оформляются в виде отчета.

2. Разработка программы развития туризма в регионе/муниципальном образовании/моногороде. Результаты оформляются в виде отчета.

Методические рекомендации см. раздел 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4:

Форма рубежного контроля – Кейс-задание

Задание 1. Рассмотрите на примере одну из туристско-рекреационных особых экономических зон.

Задание 2. Опишите процедуру классификации гостиницы или иного средства размещения.

Методические рекомендации см. раздел 2

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Структура и функции органов управления туризмом в РФ

Тема 1.1. Система органов государственной власти в РФ

Иллюстрации:



<https://konspekta.net/studopediaru/baza24/9712001396435.files/image001.jpg>

Тема 1.2. Система управления рекреацией и туризмом в РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 2. Нормативно - правовые основы государственного и муниципального управления в сфере туризма

Тема 2.1. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма РФ

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 2.2. Нормативно - правовые основы менеджмента рекреации и туризма за рубежом

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Раздел 3. Обзор практики организации государственного управления в сфере туризма

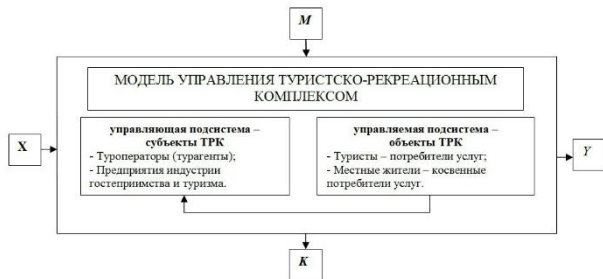
Тема 3.1. Федеральные целевые программы развития туризма

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 3.2. Кластерный подход к развитию туризма в регионах

Иллюстрации:



https://fortus-science.ru/public/journals/10/article_141_cover_ru_RU.jpg



<https://bstudy.net/htm/img/21/10019/156.png>

Раздел 4. Обзор практики организации муниципального управления в сфере туризма

Тема 4.1. Местное самоуправление

Иллюстрации:

Схема взаимодействия органов местного самоуправления с инициаторами инвестиционных проектов в сфере туризма



[https://bredy.gov74.ru/files/upload/bredy/Upload/images/0001\(41\).jpg](https://bredy.gov74.ru/files/upload/bredy/Upload/images/0001(41).jpg)

Тема 4.2. Зарубежный опыт организации местного самоуправления

Иллюстрации:



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/1/L5PIVeN2xOHfZWRJM3oE0yYcBajkACFpt6KX8b/slide-8.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 – 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 КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ
МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И
ТУРИЗМА**

**Направление подготовки
«43.04.02 Туризм»**

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

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА
МАГИСТРАТУРЫ**

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

Москва 2023

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Управление качеством услуг и интегрированные системы менеджмента на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *магистратуры* по направлению подготовки 43.04.02 *Туризм*, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.2017гг № 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	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	22
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	23
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	25
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	25
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	60
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	60
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	72
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)	72
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	75

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве	
Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество	Различные подходы к содержанию понятия «качество». Основные понятия и определения в области качества. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества. Значение повышения качества на макроуровне. Концепция пост индустриальной экономики.
Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Этапы эволюции управления качеством. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности туристских предприятий как объектов управления. Инструменты управления качеством. Диаграмма Парето. Диаграмма Исикавы. ABC-анализ. Контрольный листок. Функциональные инструменты управления качеством.
Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства	
Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства	История возникновения и развития ресторанных сетей. Виды ресторанных сетевых предпринимательских структур, специфика их функционирования. Франчайзинговые сети: определение, основные характеристики, особенности управления. Примеры успешной деятельности ресторанных сетей за рубежом. Сетевые рестораны в России.

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства	Понятие стандартизации. Понятие сертификата и процедуры сертификации. Виды сертификатов. Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации.
Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий	
Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК	Особенности построения СМК туристских предприятий. Требования к СМК. Этапы внедрения СМК в. Роль персонала предприятия при внедрении СМК. Политика в области качества туристского предприятия. Порядок разработки документации СМК. Состав документов СМК. Разработка основных внутренних документов СМК. Разработка вспомогательных внутренних документов по СМК. Политика качества. Критерии затрат на СМК. Организационные структуры СМК. Ответственные лица. Подготовка предприятия к введению СМК. Обучение персонала. Организационные изменения. Оценка рисков. Планирование уровня качества туристской услуги.
Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства	Планирование контроля качества туристской услуги. Планирование обеспечения качества. Состав документов для сертификации СМК. Подготовка к проведению процедуры сертификации. Выбор организации для проведения процедуры сертификации. Заключение договора. Подготовка предприятия к процедуре сертификации СМК. Возможные причины отказа в сертификации. Устранение замечаний и несоответствий. Получение сертификата.

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. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Вопросы для самоподготовки:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
5. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
6. Дать определение индустрии туризма. Какие факторы внешней и внутренней среды туристских предприятий Вы знаете?
7. Нормативно-правовая база деятельности туристского предприятия.
8. Какие аспекты качества Вам известны? Концепция «6 сигм».

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Концепция «ZD».
2. Концепция «кайдзен».
3. Порядок проведения ABC анализа.
4. Принцип Парето и особенности его применения в индустрии туризма.
5. Управление социальной ответственностью.
6. Принципы TQM. Концепция TQM.
7. Управление качеством на основе принципов ХАССП.
8. Система экологического менеджмента.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?
4. Приведите примеры локальных стандартов
5. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
6. Действующие ГОСТы в индустрии туризма и гостеприимства. Основные положения. Категории стандартов, регулирующих туристскую деятельность.

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. Функциональные и технологические стандарты.
2. Стандарты обслуживания.
3. Стандарты общения персонала с потребителями туристских услуг.
4. Стандарты службы приема и размещения в гостиницах.
5. Стандарты качества. Организационная культура туристских предприятий.
6. Сетевые отели и стандарты деятельности.
Стандарты финансового менеджмента.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие параметры качества Вы знаете? Охарактеризуйте их.
2. В чем особенность качества услуги?
3. В чем заключается технология руководства процессами повышения качества?
4. В чем различия понятий «управление качеством» и «менеджмент качества»?
5. Объясните взаимосвязь функций качества и процессов жизненного
6. цикла продукции.

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

1. В чём особенности процесса управления трудовыми отношениями в соответствии с концепцией TQM?
2. Проектирование ИСМ на основе требований к системам менеджмента с применением аддитивного подхода.
3. Проектирование ИСМ на основе требований к системам менеджмента с применением интегрированного подхода.
4. Опишите типы организационного сопротивления изменениям, и как с ними работать.
5. Понятие, назначение и преимущества внедрения интегрированных систем менеджмента (ИСМ)

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

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

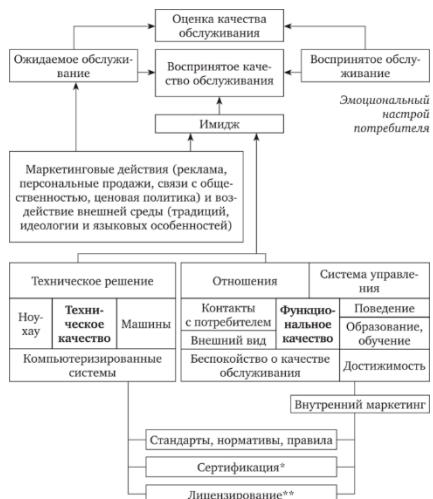


Рис. Составляющие качества услуг средств размещения и элементы системы управления

Источник:

https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

Национальные стандарты туристских услуг:

ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»

ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»

ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов

ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

Подтверждение соответствия— документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

схема подтверждения соответствия— перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям;

форма подтверждения соответствия— определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров;

оценка соответствия— прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту (Статья 2 ФЗ «О техническом регулировании» № 184-ФЗ в ред. ФЗ от 01.05.2007 N 65-ФЗ)

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

сертификация— форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов,

сводов правил или условиям договоров.

система сертификации– совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом;

орган по сертификации– юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованные в установленном порядке для выполнения работ по сертификации;

сертификат соответствия– документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

знак соответствия– обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту.

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Требование к информации	Содержание информации
Информационное обеспечение тура	Наличие информации о: - средствах размещения и наборе предоставляемых услуг; - условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности); - условиях питания; - условиях трансфера; - программе тура; - экскурсионном обслуживании; - наличии гида, сопровождающего; - дополнительных услугах.
Памятка	Необходимая и достоверная информация о: правилах въезда в страну (место) временного пребывания; - условиях пребывания; - таможенных правилах; - обычаях местного населения, национальных и религиозных особенностях региона, религиозных святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; - состоянии окружающей природной среды; часовом поясе и климатических условиях на маршруте; - опасностях, с которыми может встретиться турист при совершении путешествий; факторах риска для здоровья, исходя из климатических и природных условий; правилах личной безопасности; - особенностях путешествий; - курсе валют и порядке их обмена; - правилах аренды автомобиля, дорожного движения и парковки; - прочая полезная информация

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Иллюстрации:



Рис. 1. Модель системы менеджмента качества

Источник:

https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhani_e?ysclid=lh7ojd2hhe704231482

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

Возможные схемы сертификации услуг

Номер схемы	Инспекционный контроль					
	Оценка мастерства исполнения	Оценка процесса предоставления услуги	Аттестация предприятия	Сертификация систем качества	Выборочная проверка результатов услуги	
1	X				X	Проверка результата услуги
2	X					Социологическая оценка результатов услуги
3		X			X	Контроль стабильности процесса
4		X				Проверка результата услуги
5			X			То же
6				X		Контроль стабильности функционирования

Источник: <https://studfile.net/preview/10073179/page:41/>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление качеством услуг и интегрированные системы менеджмента на предприятиях индустрии гостеприимства и 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 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, 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 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 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/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в

знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
-----------------------	---

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА**

2. Тема лекционного занятия.

**Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и
гостеприимстве**

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Текст лекции.

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции. В современной литературе и практике существуют различные трактовки понятия качество. Международная организация по стандартизации определяет качество (стандарт ИСО-8402) как совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Этот стандарт ввел такие понятия, как "обеспечение качества", "управление качеством", "спираль качества". Требования к качеству на международном уровне определены стандартами ИСО серии 9000.

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Иными словами, стандарты ИСО – жесткая ориентация на потребителя. При этом речь идет о культуре производства.

Качество работы включает обоснованность принимаемых управленческих решений, систему планирования. Особое значение имеет качество работы, непосредственно связанной с выпуском продукции (контроль качества технологических процессов, своевременное выявление брака). Качество продукции является составляющей и следствием качества работы. Здесь непосредственно оценивается качество годной продукции, мнение потребителя, анализируются рекламации.

Для того, чтобы произвести ту или иную продукцию, выполнить работу, оказать услугу, необходимо осуществить целый ряд операций, подготовительных работ. Конечное качество зависит от качества работы на каждом этапе.

Формирование качества продукции начинается на стадии ее проектирования. Так, в фазе исследования разрабатывают технические и экономические принципы, создают функциональные образцы (модели). После этого создают основу производственной документации и опытный образец. На стадии конструктивно-технологических работ подготавливают внедрение изделия в производство.

Качество работы, как уже отмечалось, непосредственно связано с обеспечением функционирования фирмы. Это – качество руководства и управления (планирование, анализ, контроль). От качества планирования (разработки стратегии, системы планов т. п.) зависит достижение поставленных целей и качество фирмы.

Понятие качества формировалось под воздействием историко-производственных обстоятельств. Это обусловлено тем, что каждое общественное производство имело свои объективные требования к качеству продукции. На первых порах крупного промышленного производства проверка качества предполагала определение точности и прочности (точность размеров, прочность ткани и т. п.).

Повышение сложности изделий привело к увеличению числа оцениваемых свойств. Центр тяжести сместился к комплексной проверке функциональных способностей изделия. В условиях массового производства качество стало рассматриваться не с позиций отдельного экземпляра, а с позиций стандарта качества всех производимых в массовом производстве изделий.

С развитием научно-технического прогресса, следствием которого стала автоматизация производства, появились автоматические устройства для управления сложным оборудованием

и другими системами. Возникло понятие “надежность”. Таким образом, понятие качества постоянно развивалось и уточнялось. В связи с необходимостью контроля качества были разработаны методы сбора, обработки и анализа информации о качестве. Фирмы, функционировавшие в условиях рыночной экономики, стремились организовать наблюдения за качеством в процессе производства и потребления. Упор был сделан на предупреждение дефектов.

Качество у производителя и потребителя – понятия взаимосвязанные. Производитель должен проявлять заботу о качестве в течение всего периода потребления продукта. Кроме того, он должен обеспечить необходимое послепродажное обслуживание. Особенно это важно для товаров, отличающихся сложностью эксплуатации, программных продуктов.

Вернемся к уточнению понятия качества. В литературе понятие качества трактуется по-разному. Однако основное различие в понятиях качества лежит между его пониманием в условиях командно-административной и рыночной экономики.

В командно-административной экономике качество трактуется с позиции производителя. В рыночной экономике качество рассматривается с позиции потребителя.

Качество изделия может проявляться в процессе потребления.

Понятие качества продукта с позиций его соответствия требованиям потребителя сложилось именно в условиях рыночной экономики.

Идея такого подхода к определению качества продукции принадлежит голландскими ученым Дж. Ван Эттингеру и Дж. Ситтигу. Ими разработана специальная область науки квалиметрия. Квалиметрия – наука о способах измерения и квантификации показателей качества. Квалиметрия позволяет давать количественные оценки качественным характеристикам товара. Квалиметрия исходит из того, что качество зависит от большого числа свойств рассматриваемого продукта. Для того, чтобы судить о качестве продукта недостаточно только данных о его свойствах. Нужно учитывать и условия, в которых продукт будет использован. По мнению Дж. Ван Эттингера и Дж. Ситтига, качество может быть выражено цифровыми значениями, если потребитель в состоянии группировать свойства в порядке их важности. Они считали, что качество – величина измеримая и, следовательно, несоответствие продукта предъявляемым к нему требованиям может быть выражено через какую-либо постоянную меру, которой обычно являются деньги.

Вместе с тем нельзя рассматривать качество изолированно с позиций производителя и потребителя. Без обеспечения технико-эксплуатационных, эксплуатационных и других параметров качества, записанных в технических условиях (ТУ) не может быть осуществлена сертификация продукции.

Разнообразные физические свойства, важные для оценки качества, сконцентрированы в потребительской стоимости. Важными свойствами для оценки качества являются:

технический уровень, который отражает материализацию в продукции научно-технических достижений;

эстетический уровень, который характеризуется комплексом свойств, связанных с эстетическими ощущениями и взглядами;

эксплуатационный уровень, связанный с технической стороной использования продукции (уход за изделием, ремонт и т. п.);

техническое качество, предполагающее гармоничную увязку предполагаемых и фактических потребительных свойств в эксплуатации изделия (функциональная точность, надежность, длительность срока службы).

Преобладающая часть современного мирового производства представлена производством товаров. Поэтому то или иное изготавливаемое изделие воплощает в себе как потребительную стоимость, так и стоимость.

Следовательно, качество является комплексным понятием, отражающим эффективность всех сторон деятельности фирмы.

В результате деятельности Академии проблем качества сформировалось концептуальное видение качества как одной из фундаментальных категорий, определяющих

образ жизни, социальную и экономическую основу для успешного развития человека и общества. Такое видение качества представляется достаточно емким и более четко определяет значение повышения качества, которому посвящен следующий раздел.

Понятие качества как экономической категории.

Качество - совокупность свойств и характеристик продукции (услуги), которые придают им способность удовлетворить (обусловленные или предлагаемые) потребности.

Качество является количественной характеристикой потребительной стоимости, внешней формой, в которой она проявится.

Качество объективно.

Качество измеряется системой показателей являющихся количественной характеристикой свойств продукции (услуг).

Качество измеряется:

а) по характеризующим свойствам качества продукции. Сюда относятся назначение объекта, наземность, технологичность, эргономичность, транспортабельность и пр.;

б) по стадиям жизненного цикла (прогнозируемые, проектные, строительные, эксплуатационные характеристики);

в) по единицам измерения (натуральные и стоимостные, общие и удельные, нормируемые и ненормируемые и т.п.).

Для измерения уровня качества используют понятие уровня качества.

Уровень качества - относительная характеристика, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями соответствующих показателей.

Затраты на обеспечение качества - совокупные издержки, обусловленные необходимостью достижения общественно необходимого качества продукции.

С определённой позиции, все затраты на создание какого-либо объекта можно представить как сумму затрат на достижение наземных аспектов качества (долговечность, прочность, эстетичность).

В зависимости от спроса на рынке на те или иные составляющие качества формируется модель объекта с максимально эффективными затратами.

В мировой практике существует бонификация (способ оплаты, связанный в основном с премированием за качество поставляемых товаров или выполняемых работ по заранее оговорённым правилам).

Источник: <https://studfile.net/preview/7112269/page:4/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. «Звезды» качества, их право на существование, место и значимость в управлении.
2. Охарактеризуйте метод оценки качества конкретного техпроцесса посредством экономических показателей.
3. Аспекты качества в зависимости от целей использования и назначения.
4. В чем особенности применения процессного подхода для менеджмента качества?
5. В чем суть основных функций стратегического маркетинга применительно к менеджменту качества?
6. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества.
7. Высшее руководство предприятия, его значимость в системе качества.
8. ГОСТ, технические условия, технический регламент: определения, особенности, отличия.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Инструменты управления качеством.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Текст лекции.

Понятие «управление качеством»

В современном мире проблема обеспечения качества продукции носит универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит развитие любой отрасли. Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с повышением качества продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе для сферы туризма.

Формально качество определяется как соответствие свойств продукции и услуг требованиям стандартов. Директивными установками для создания технологий в области управления качеством являются международные стандарты ИСО серии 9000, ориентированные на установление идентичных норм к аналогичной продукции и услугам на мировом рынке, в том числе услугам туризма. Кроме того, государственными законами и стандартами устанавливаются требования, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителей туристских услуг, охрану окружающей среды, предотвращение причинения вреда имуществу потребителей.

Туристский продукт — комплексное понятие, так как он состоит из множества взаимосвязанных составляющих — туристских услуг. Согласно ГОСТ Р 50690—94, туристская услуга — это результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов.

Качество услуги определяется требованием ст. 4 Федерального закона «О защите прав потребителей». Согласно Закону, продавец (изготовитель, исполнитель) обязан продавать потребителю товар (передавать результаты выполненной работы, оказывать услуги), соответствующий обязательным требованиям стандартов и условиям договора, а также предоставлять информацию о товаре (работе, услуге).

Качество туристского обслуживания — комплекс полезных свойств и нормативно-технологических характеристик процесса обслуживания туриста во время путешествия или на отдыхе, отвечающий определенным требованиям, сопоставимым с мировыми стандартами. Так, на транспорте характеристика качества обслуживания зависит от вида транспорта, классности обслуживания; качество проживания обусловлено типом и классностью гостиницы, отеля, кемпинга; качество питания зависит от типа пункта общественного питания, а также ассортимента, состава, стоимости предлагаемых блюд и т.п.

Несмотря на широкую правовую базу, призванную облегчить создание системы качества туристского продукта, на практике существует множество разных проблем, затрудняющих получение качественной туристской услуги.

Во-первых, предоставляемый турпродукт полностью или частично неосязаем, а потребитель оценивает объект сервиса в определенном эмоциональном состоянии, зависящем от множества факторов, в частности от таких субъективных характеристик туриста, как особенности воспитания, возраст, культурные традиции народа (представителем которого является турист), понятие о комфорте, привычки, самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги, физиологические особенности организма и др. Все это делает восприятие качества туристского продукта субъективным, зависящим от индивидуальных особенностей каждого туриста.

Во-вторых, в решении задач управления качеством туристского продукта проявляется определенное противоречие — дискретность (прерывистость) производства туристских услуг и целостность (непрерывность) их потребления. В результате этого маленькие недостатки, приходящиеся на долю гуманитарных технологий, допущенные хотя бы одним работником гостиницы или ресторана, могут стать причиной неудовлетворенности туриста путешествием в целом. Профессионалы турбизнеса часто говорят, что гостеприимство — искусство мелочей. Труд каждого работника в гостинице, ресторане, турфирме одинаково важен в обеспечении качества турпродукта. Невозможно выделить более важную или менее важную службу — все они должны работать одинаково четко. Для качественного производства туристской услуги одинаково важна работа как технической службы, ответственной за лифты, исправность телефонов, замков, мебели или сантехники, так и консьержа, иногда решающего самые невероятные проблемы гостя в отеле и за его пределами.

В-третьих, решение проблемы повторного производства туруслуг на одинаково высоком уровне (продолжительность качества) для многих производителей турпродукта оказывается непосильным. Причин здесь много, например низкое качество средств труда персонала, отсутствие своевременной и продуманной мотивации работников или неналаженность системы взаимодействия между работниками предприятия. Это часто становится причиной резкого снижения конкурентоспособности предприятия.

В-четвертых, в сфере туризма производимый продукт, являясь неосязаемым, потребляется одновременно с его производством, поэтому у персонала нет шансов на исправление брака и, как следствие (учитывая жесткую конкуренцию на рынке туруслуг), нет шанса на возврат туриста. При этом турист, выбирая другое место отдыха, посоветует и другим поступать так же. Исследования показывают, что негативная информация распространяется гораздо быстрее, чем позитивная.

Качество сервиса — ключ к коммерческому успеху предприятий в сфере туризма. Если гостиницы и рестораны, экскурсионные бюро и турагентства при абсолютно идентичной материальной базе и направленности различаются качеством сервиса, то победит в конкурентной борьбе то предприятие, у которого качество сервиса выше.

Мировая практика выработала определенные правила и условия организации эффективного сервиса, соблюдение которых позволит создать качественный сервис на туристских предприятиях.

Во-первых, выполнение таких основных и наиболее важных для сферы туризма принципов современного сервиса, как: о максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителей и характеру потребления; о неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами;

о гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, предпочтений потребителей туристских услуг.

Во-вторых, создание необходимых условий для работы персонала, призванного обеспечить качественный сервис, а именно:

- о эргономичность рабочих мест;
- о четкие формулировки правил, обязательных для исполнения каждым работником;
- о четкая система оценки качества работы каждого работника, позволяющей объективно измерять эффективность сервиса;
- о заинтересованность персонала в процветании всего предприятия, желание делать всю работу максимально эффективно, настрой на самосовершенствование;

о тщательный подбор персонала при приеме на работу и система повышения квалификации.

В-третьих, оптимальная организационная структура управления предприятия, предоставляющего туристские услуги. Так, чем больше звеньев в цепи прохождения заказа, тем выше вероятность совершения ошибки, оптимальной является такая организационная структура управления, где число элементов минимально (но без ущерба для качества обслуживания). При этом непрерывность технологического процесса обеспечивается при эффективном взаимодействии всех элементов структуры, позволяющем немедленно исправлять ошибки и исключать возможность их повторения.

В-четвертых, всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль качества сервиса, предполагающий:

- о участие клиента в оценке качества и его контроле;
- о создание методик и критериев, позволяющих соотнести требования стандартов с фактическим положением дел;
- о создание систем самоконтроля персонала;
- о применение четко сформулированных количественных оценок качества предоставляемых услуг;
- о участие персонала в создании систем и критериев качества;

О применение технических средств контроля качества (например, установление камер наружного наблюдения в холле, у стойки регистратора, коридорах, кухне и других подсобных помещениях);

О соблюдение принципа непрерывности при создании системы контроля;

О создание служб контроля, куда бы входили представители различных служб (дирекции, финансового отдела, отдела безопасности, кадровой службы, руководители или работники всех функциональных служб).

Наиболее полное удовлетворение потребностей туристов с различными запросами и своим пониманием комфорта как такового является ключевым фактором, формирующим понятие качества. Например, наши соотечественники считают комфортной ту гостиницу, где есть хороший мини-бар и развитая система обслуживания, предлагающая разнообразные напитки и закуски на любой вкус (желательно недорого). Американцы назовут комфортной такую гостиницу, где в номерах предусмотрены места для приготовления коктейлей, в любое время суток можно получить лед, работает эффективная система безопасности. Европейцы особое внимание обращают на санузел и разнообразие предприятий питания. Японцы оценят возможность своевременного получения информации, систему пиктограмм (специальных значков, рисунков), позволяющую ориентироваться в гостинице без знания местного языка, и восточную кухню.

В современной индустрии туризма путешественник имеет возможность выбирать из множества предприятий, получая качественное и разнообразное обслуживание там, где считает нужным.

Проблема качественного обслуживания клиентов с разными запросами — чрезвычайно сложная, и ее решение возможно в разных направлениях.

Первое направление — американская модель гостиничной интеграции, предоставляющая сервис гарантированного уровня без каких-либо сюрпризов. США — лидер такой гарантированной интернациональной системы качества туристского продукта, основанной на жесткой централизованной схеме создания и контроля качества «из США» посредством инструкции, детализации описанных технологий и необходимых действий по выполнению процедур предоставления услуг и управления ими. Время показало жизнеспособность такой системы, построенной на экспорте стандартизованного продукта, гарантирующего клиентам выполнение обязательств по качеству предоставляемых услуг. Сегодня не только гостиницы, но и предприятия питания действуют по этой схеме.

Второе направление — модель, используемая в основном независимыми предприятиями сферы туризма. Основу ее составляет соблюдение параметров комфортности, которые выработаны практикой туристского бизнеса и являются универсальными для гостиниц, предприятий питания или турфирмы. В комплекс составляющих входят следующие элементы понятия «комфорт»:

о информационный комфорт — представление полной информации о гостинице, предприятии питания и других объектах туристской сферы. Важно, чтобы информация была доступна клиенту, представлена в такой форме, которая бы удовлетворяла его запросам. Так, компьютерные технологии диктуют новые способы подачи информации, когда на смену классическим каталогам, рекламным проспектам приходят специализированные сайты, где турист может получить столько информации, сколько ему требуется для принятия решения о выборе того или иного предприятия. Информированность персонала проявляется в его готовности ответить на любой вопрос клиента не только о своем предприятии, но и о стране пребывания;

О экономический комфорт — предполагает удобство расчета для клиента, систему скингов, бонусов, клубных карт и другие меры, призванные мотивировать клиента повторно выбрать данное средство размещения, предприятие питания, турагентство или экскурсионное бюро, что является основной целью системы качества. В связи с этим особое внимание стоит уделить системе клубных карт, ставшей особенно популярной в последнее время благодаря созданию технологий, позволяющих осуществлять централизованный учет, мгновенную

обработку заказов, автоматическое обслуживание кредитных карт, контроль над исполнением заказов. Клубная система особенно полезна для предприятия питания, так как она является инструментом привлечения и удержания клиентов. Многие современные предприятия питания располагают бильярдом, боулингом, тотализатором и прочими средствами развлечения. Каждое из них оплачивается отдельно, и сканер, включающий аппарат при вставлении клубной карты, позволяет фиксировать время пребывания. Карта позволяет осуществлять такой же контроль за тратами клиента, как если бы он приобретал билет на каждое средство развлечения;

О эстетический комфорт — проявляется в едином стиле помещений, соответствующем направленности предприятия; умеренной цветовой гамме; материалах для оформления, соответствующих стандартам безопасности и гигиены, долговечных в использовании и устойчивых к внешним воздействиям;

О бытовой комфорт — создание нормальных условий для проживания гостя (оптимальной температуры, влажности воздуха, удобства мебели) с использованием кондиционеров, очистителей воздуха, удобной мебели;

О психологический комфорт — охватывает все перечисленные выше составляющие комфорта; при отсутствии хотя бы одной из них настроение клиента будет испорчено. Кроме того, должны выполняться требования гуманитарных технологий — уважение и гостеприимство персонала по отношению к клиенту. С целью создания психологического комфорта проводится политика специального обучения и в некоторой степени воспитания персонала. Персонал должен осознавать, что относиться к гостю с пренебрежением просто невыгодно и поэтому следует делать все, чтобы гость постоянно возвращался в их отель или ресторан.

В настоящее время в России также обратились к вопросам качества турпродукта, поскольку качество — важнейший фактор в конкурентной борьбе на рынке туристских услуг. Происходит жесткая сегментация рынка, конкуренция разворачивается внутри каждого сегмента. В то же время потребитель тур- услуг становится все более информированным в области своих прав, а побывав в различных странах и оценив качество туруслуг за рубежом, предъявляет повышенные требования к качеству услуг российского туризма.

Источник: https://studref.com/495827/turizm/menedzhment_v_turizme

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение понятиям: «качество», «уровень качества», «уровень конкурентоспособности».
2. Интеграция требований к системам менеджмента.
3. Интеграция требований стандартов на системы менеджмента.
4. История управления качеством.
5. Как взаимосвязаны TQM и стандарты ИСО серии 9000?
6. Какая основная цель этапа проектирования качества продукции?
7. Какие основные профилактические мероприятия по сохранению требуемого качества Вы знаете?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандарта. Виды стандартов (классификация)	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Стандарты туристского обслуживания.

Важнейшими инструментами государственного регулирования деятельности туристских организаций и защиты прав потребителей туристских услуг являются лицензирование, стандартизация и сертификация в туризме.

К нормативным документам по стандартизации относятся государственные стандарты России; правила, нормы, и рекомендации по стандартизации; общероссийские классификаторы

технико-экономической информации; стандарты отраслей и предприятий; стандарты научно-технических, инженерных обществ и других общественных объединений.

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления тур-продукта или отдельной туристской услуги, защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

В международной и отечественной практике под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к применению. Государственные стандарты в сфере туристского обслуживания утверждаются, как правило, Госстандартом России.

Стандарт как нормативный документ в более широком смысле - документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе и туристской, и доступный широкому кругу потребителей.

Стандарт является одним из эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг, позволяющий воздействовать как на недобросовестных изготовителей, так и на продавцов, и потребителей туристских услуг.

Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любой продукт или услугу соответствующими своему назначению по формализованным критериям надежности, безопасности, качества и т.п.

Источник: https://tourlib.net/books_tourism/senin09.htm?ysclid=lh7oxc0hxi760758876

Стандарты в гостиничной индустрии.

Абсолютное качество обслуживания вряд ли может быть достигнуто в силу его обусловленности человеческим фактором, а, следовательно, стремление к качеству представляется процессом бесконечным, но в современных рыночных условиях решение вопросов качества — путь к победе в конкурентной борьбе. Одним из ключевых вопросов является снижение непостоянства качества, чему должна способствовать разработка единых стандартов, нормативов, правил обслуживания.

На рис. 4.5 приводится модель управления качеством услуг средств размещения, использующая техническое и функциональное качество как составляющие полного качества, а стандартизацию, сертификацию и лицензирование — как основные элементы механизма управления качеством.

В международной и отечественной практиках под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к применению.

Стандарт как нормативный документ в более широком смысле — документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе гостиничной, и доступный широкому кругу потребителей. Стандарт по своей природе предназначен для установления минимально необходимых требований, делающих любую услугу соответствующей своему назначению по формализованным показателям качества, безопасности и т. д.

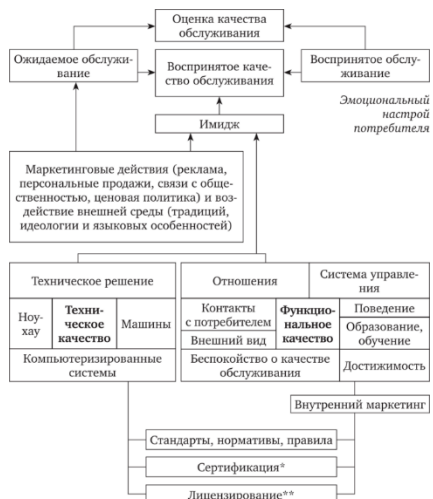


Рис. Составляющие качества услуг средств размещения и элементы системы управления

Примечания: * Сертификация средств размещения в Российской Федерации заменена в 2005 г. системой классификации гостиниц.

** Лицензирование средств размещения отменено Федеральным законом от 8 августа 2001 г. «О лицензировании отдельных видов деятельности» № 128.

При определении объектов стандартизации в гостиничной индустрии необходимо исходить из того, что качество определяется техническими и функциональными компонентами, отсутствием недостатков и безопасностью. В связи с этим стандартизация должна распространяться на следующие элементы услуг и обслуживания:

- термины и определения в гостиничной индустрии, необходимые для взаимопонимания и однозначности восприятия понятий, описывающих услуги, условия их оказания; договорные отношения, безопасность;
- классификацию типов средств размещения и их услуг;
- категоризацию средств размещения;
- способы и методы формирования, продвижения и оказания услуг;
- способы оценки и минимизации рисков для здоровья и жизни потребителей при пользовании услугами;
- содержание и формы информации об услугах, предлагаемых средствами размещения, посредниками (турфирмами), и пути компенсации за непредоставление объявленных услуг;
- технологии, устанавливающие стандартные требования к формам документов и составу информации в них, а также к другим элементам.

Целями стандартизации в сфере гостиничных услуг являются подтверждение и обеспечение поддержания заявленного уровня качества и безопасности потребления услуг, защита интересов потребителей от недобросовестной конкуренции на рынке.

На уровне предприятий внедрение стандартов и нормативов является важным элементом системы управления качеством. Они имеют целью снизить вероятность ошибок в функциональном качестве и обеспечить постоянство высокого качества обслуживания. Стандарты, нормативы и правила (инструкции) подробно закрепляют производственные обязанности за отдельными подразделениями и службами, должностными лицами предприятия размещения, определяют порядок их взаимодействия и субординации, регламентируют процесс исполнения различных операций при оказании тех или иных услуг.

Стандартизация играет ключевую роль в обеспечении точного информирования потребителя об уровне качества средства размещения как основы формирования адекватных ожиданий.

Прежде чем остановить свой выбор на конкретном средстве размещения, потребитель стремится собрать информацию о данном предприятии. Объем информации, необходимый для принятия решения, должен соответствовать тому набору показателей, который использует потребитель для формирования ожиданий. Право потребителя на полную и достоверную

информацию о качестве приобретаемой услуги закрепляется в законодательном порядке. Реализация этого права — важная составляющая управления качеством услуг.

В силу неосязаемости услуг средств размещения в распоряжении предприятий не так много способов передать потребителю информацию о качестве. Средства размещения стремятся визуализировать свои услуги, повысить их осязаемость с помощью:

- 1) печатных изданий, брошюр, каталогов;
- 2) видеоинформации на различных носителях;
- 3) интернета.

Эти носители информации дают возможность в том или ином объеме создать представление о техническом качестве и номенклатуре предоставляемых услуг. Однако не существует ни одного способа показать функциональное качество до момента начала обслуживания. В распоряжении потребителя могут находиться лишь косвенные свидетельства данного качества — мнения других потребителей, информация о достижениях средства размещения в области качества (сертификаты, дипломы и т. д.). Таким образом, принимая решение воспользоваться услугами средства размещения, потребитель в любом случае рискует не получить ожидаемой услуги.

Снизить степень риска и повысить адекватность формирующихся ожиданий призвано ранжирование средств размещения по категориям исходя из уровня качества услуг (обслуживания) — рейтинг, или категоризация. Ранжирование осуществляется по принятой шкале. Уровень качества услуг определяет преимущества, получаемые потребителем, а также лимитирует сферу его притязаний по ассортименту и качеству потребляемых услуг, т. е. ограничивает ожидания.

Источник:

https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие стратегические методы менеджмента, обеспечивающие конкурентоспособность продукции Вы знаете?
2. Какие требования к качеству продукции необходимо обеспечить на этапе производства?
3. Какие требования предъявляют к аудиторам для проведения внутренних проверок?
4. Какие уровни документационного обеспечения должны присутствовать в системе качества?
5. Какие факторы влияют на продолжительность каждого этапа и расположение контрольных точек для проведения оценки результатов разработки?
6. Какие факторы определяют эффективность процесса обучения и подготовки кадров?
7. Какими методами можно проверить эффективность технических решений?
8. В каких отраслях необходимо внедрять стандарты OHSAS 18000.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;

- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандартизации, сертификата и процедуры сертификации.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Нормативно-правовые и организационные основы стандартизации туристских услуг и средств размещения в РФ. Объекты и документы по стандартизации в сфере туризма и гостеприимства. Основные положения и структура ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения.

Стандартизация и сертификация туристских услуг

В соответствии со *Статьей 5 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (24.11.96 № 132-ФЗ, в ред. ФЗ от 05.02.2007 N 12-ФЗ)* стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляются в соответствии с законодательством РФ (регламентируются ФЗ «О техническом регулировании»).

ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения» определяет цель стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания – нормативно-техническое обеспечение уровня качества и эффективности туристского и экскурсионного обслуживания и защита интересов потребителей услуг.

Основными задачами стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания согласно *ГОСТ 28681.0-90* является установление: номенклатуры показателей качества услуг и обслуживания туристов; прогрессивных требований к качеству услуг и обслуживания туристов и методов их контроля; прогрессивных требований к технологии и типовым технологическим процессам оказания туристских услуг; требований, обеспечивающих безопасность услуг, охрану здоровья населения, охрану окружающей среды, точность и своевременность исполнения, эргономичность и эстетичность услуг и условий обслуживания; терминов и определений основных понятий в области стандартизации и управления качеством в сфере туристских услуг, а также обеспечение координации деятельности туристских

предприятий туристско-экскурсионного обслуживания с предприятиями других отраслей, участвующих в процессе оказания туристских услуг.

Объектами стандартизации определены туристские услуги и процессы туристского и экскурсионного обслуживания. Стандарты на услуги (в т.ч. туристские) устанавливают требования и методы их контроля для групп однородных услуг или для конкретной услуги в части состава, содержания и формы деятельности по оказанию помощи, принесения пользы потребителю услуги, а также требования к факторам, оказывающим существенное влияние на качество услуги (п. 7.4. ГОСТ Р 1.0-2004. «Стандартизация в РФ. Основные положения»).

Туристские услуги подгруппы и виды однородных услуг: Услуги туроператора по организации внутреннего туризма Услуги туроператора по организации выездного туризма Услуги туроператора по организации въездного туризма Услуги турагента Отдельные услуги туроператора и турагента Услуги при самостоятельном туризме Экскурсионные услуги.

Национальные стандарты туристских услуг:

ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»

ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»

ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов

ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Сертификация туристских услуг проводится по схеме 2.

По схеме 2 оценивают процесс выполнения работ (оказания услуг), проверяют (испытывают) результаты работ и услуг и контролируют процесс выполнения работ (оказания услуг) при инспекционном контроле.

В зависимости от сложности процесса оценивают: полноту и актуализацию документации, устанавливающей требования к процессу; оснащение необходимым оборудованием, инструментом, средствами измерений (испытаний, контроля), веществами, материалами, помещениями и др., а также их соответствие установленным требованиям; метрологическое, методическое, организационное, программное, информационное, материальное, правовое, техническое и др. обеспечение; безопасность и стабильность процесса; профессиональную компетентность исполнителей работ и услуг, обслуживающего и производственного персонала.

Оценку соответствия сертифицируемых услуг осуществляет эксперт в соответствии с методикой, утвержденной органом по сертификации. Проверку характеристик сертифицируемых услуг проводят на базе заявителя (исполнителя услуг) с участием эксперта. Отношения в области предоставления гостиничных услуг регулируются *Правилами предоставления гостиничных услуг в РФ* Данные правила содержат требования к информации об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг, а также порядок предоставления услуг, ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг.

Сертификация средств размещения, предназначенных для проживания туристов, проводится на соответствие требованиям *ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования».*

«Система классификации гостиниц и других средств размещения», утвержденная приказом Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. № 86 применяется на территории РФ взамен прекратившего действие с 1 августа 2006 г. межгосударственного стандарта ГОСТ 28681.4-95 «Туристско - экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства РФ

Подтверждение соответствия – документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства,

строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

схема подтверждения соответствия– перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям;

форма подтверждения соответствия– определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров;

оценка соответствия– прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту (*Статья 2 ФЗ «О техническом регулировании» № 184-ФЗ в ред. ФЗ от 01.05.2007 N 65-ФЗ*)

Термин «сертификация» в переводе с латинского языка означает «сделано верно».

сертификация– форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров.

система сертификации– совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом;

орган по сертификации– юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованные в установленном порядке для выполнения работ по сертификации;

сертификат соответствия– документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

знак соответствия– обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. Основные понятия, определения и структура стандарта. Классификация туристских услуг. Общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. Требования к информации о туре для потребителей.

ГОСТ Р 50690-2000 Туристские услуги. Общие требования. Принят 16 ноября 2000 года. Устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности услуг для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды. В стандарте отражены следующие термины: туризм, туризм внутренний, Т въездной, выездной, самостоятельный, турист, экскурсант, туроператор, турагент, тур, экскурсионная услуга, тур услуга, маршрут путешествия, направляющая сторона, принимающая сторона, договор с туристом, тур путевка, тур ваучер, программа путешествия, перевозчик, трансфер, аннуляция. Классификация туристских услуг по стандарту: услуги т.о по организации внутреннего туризма, по организации выездного туризма, выездного туризма, услуги турагента, отдельные услуги туроператора и турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги. Туры делят на: оздоровительные, познавательные, проф-деловые, спортивные, религиозные, туры с другими целями.

Общие требования к туристским услугам:

- должны учитывать интересы туристов, быть безопасными для жизни, здоровья туристов
- Формирование тура осуществляют исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста; - Во въездном туризме формирование тура осуществляют путем разработки программы туристского путешествия по определенному маршруту;
- В выездном туризме формирование тура осуществляют на основании договоров с принимающей стороной;

- Реализацию тура осуществляют на основании договоров туроператора с турагентом, туроператора / турагента с туристом и туроператора с организациями или индивидуальными предпринимателями, оказывающими услуги. - Конкретные условия путешествия, розничную цену тура указывают в туристской путевке, выдаваемой туристу туроператором / турагентом.
- При реализации тура туроператор / турагент обязан предоставлять туристам достоверную информацию о реализуемом туре до подписания договора. Требования к информации о туре для потребителей

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Требование к информации	Содержание информации
Информационное обеспечение тура	Наличие информации о: - средствах размещения и наборе предоставляемых услуг; - условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности); - условиях питания; - условиях трансфера; - программе тура; - экскурсионном обслуживании; - наличии гида, сопровождающего; - дополнительных услугах.
Памятка	Необходимая и достоверная информация о: правилах въезда в страну (место) временного пребывания; - условиях пребывания; - таможенных правилах; - обычаях местного населения, национальных и религиозных особенностях региона, религиозных святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; - состоянии окружающей природной среды; часовом поясе и климатических условиях на маршруте; - опасностях, с которыми может встретиться турист при совершении путешествий; факторах риска для здоровья, исходя из климатических и природных условий; правилах личной безопасности; - особенностях путешествий; - курсе валют и порядке их обмена; - правилах аренды автомобиля, дорожного движения и парковки; - прочая полезная информация

- Туристские маршруты должны проходить в районах с благоприятными экологическими и санитарно - эпидемиологическими условиями. - Средства размещения, транспортные средства для перевозки туристов и экскурсантов, туристское снаряжение и инвентарь, предоставляемые туристам, должны соответствовать требованиям безопасности. Организация, оказывающая экскурсионные услуги, должна иметь инструкции, включающие правила действий сопровождающих и экскурсоводов по обеспечению безопасности при проведении экскурсий, и журнал проведения с ними инструктажа.

ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. Основные понятия, определения и структура стандарта. Классификация средств размещения туристов. Общие требования к средствам размещения. Требования к услугам средств размещения. Требования безопасности. Требования охраны окружающей среды

ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования

Стандарт распространяется на средства размещения, предназначенные для проживания туристов. Стандарт устанавливает виды средств размещения, общие требования к средствам размещения и услугам средств размещения.

Основные понятия и определения: средства размещения туристов, турист, исполнитель услуги средств размещения, услуги средств размещения, условия обслуживания, качество обслуживания.

3.4. Услуги средств размещения - деятельность исполнителя по размещению туристов и оказанию гостиничных, специализированных (лечебно - оздоровительных, санаторных, спортивных, туристских и других) услуг.

3.5. Термины по управлению качеством в сфере услуг (условия обслуживания, качество обслуживания и другие) - по ГОСТ Р 50646.

КЛАССИФИКАЦИЯ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ ТУРИСТОВ

Средства размещения подразделяют на коллективные и индивидуальные.

Коллективные: гостиницы и аналогичны средства размещения: гостиницы, мотели, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, общежития. Специализированные средства размещения: санатории профилактории, лагеря труда и отдыха, туристские приюты, дом охотника и рыбака, конгресс-центры, кемпинги.

Индивидуальные средства размещения: квартиры, комнаты в квартирах, дома коттеджи, сдаваемые в наем.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

- Общественные средства транспорта должны соответствовать требованиям, установленным соответствующими отраслевыми (ведомственными) нормами и правилами.

- Средства размещения должны иметь удобные подъезды с необходимыми дорожными знаками, вымощенные пешеходные дорожки.

- Прилегающая к средствам размещения территория должна быть благоустроена, хорошо освещена в вечернее время;

- Средства размещения должны иметь: освещение естественное и искусственное, холодное и горячее водоснабжение, отопление не ниже 18,5⁰, вентиляцию, телефонную связь, лифт по необходимости

- Минимальная площадь жилой комнаты - не менее 9 кв. м

- В жилой комнате должны быть: мебель, инвентарь и постельные принадлежности, занавеси, сеть радиовещания, осветительные приборы, замки в дверях.

- Санузел в номере должен быть оборудован умывальником, унитазом, ванной или душем

- Обслуживающий персонал, оказывающий услуги средств размещения, должен обладать квалификацией, соответствующей выполняемой работе.

ТРЕБОВАНИЯ К УСЛУГАМ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Туристам, проживающим в коллективных средствах размещения, должен быть предоставлен минимальный ассортимент услуг: круглосуточный прием; услуги общественного питания или условия для самостоятельного приготовления пищи; ежедневная уборка жилой комнаты; смена постельного белья - не менее одного раза в неделю, смена полотенец - не менее одного раза в три дня; отправка, получение и доставка писем и телеграмм; хранение ценностей, багажа; медицинская помощь: вызов скорой помощи, пользование аптечкой; туристская информация.

- Специализированные средства размещения помимо оказания услуг размещения оказывают услуги оздоровительно - лечебного характера, санаторно - курортного обслуживания, туристские, спортивные и др., в соответствии со своей специализацией.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ

- В средствах размещения туристов любого вида должны быть обеспечены безопасность жизни и здоровья туристов, сохранность их имущества.

- Средства размещения должны располагаться в благоприятных экологических условиях.

- Средства размещения должны соответствовать требованиям пожарной безопасности

- В здании должны быть предусмотрены аварийные выходы

- В средствах размещения должны быть вывешены в доступном для обозрения месте планы действий персонала и туристов в чрезвычайных ситуациях

- Средства размещения должны быть оборудованы системами противопожарной защиты, оповещения

- В средствах размещения должны соблюдаться санитарно - гигиенические и противоэпидемиологические правила;

- Допустимый уровень звукового давления и уровень звука в помещениях должны соответствовать требованиям;

- Питьевая вода должна быть безопасна в эпидемиологическом отношении

- Обслуживающий персонал средств размещения должен быть подготовлен к действиям в чрезвычайных обстоятельствах.

ТРЕБОВАНИЯ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

- В средствах размещения должна быть предусмотрена система санитарной очистки и уборки территории

- Организация рациональной системы сбора, временного хранения, регулярного вывоза твердых и жидких бытовых отходов и уборки территории должна соответствовать требованиям СанПиН 42-128-4690.

- При функционировании средств размещения и оказании их услуг не должно быть вредных воздействий на окружающую среду.

- Средства размещения должны иметь экологический паспорт или заключение природоохранных служб, подтверждающих отсутствие вредных воздействий на окружающую среду.

ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг. Основные понятия, определения и структура стандарта.

Настоящий стандарт устанавливает порядок разработки документации при проектировании туристских услуг и предназначен для предприятий, организаций различных организационно-правовых форм и граждан-предпринимателей, оказывающих туристские услуги.

Определения В настоящем стандарте использованы следующие термины: Туристская услуга, исполнитель туристской услуги, потребитель услуги, заказчик, разработчик, описание туристской услуги, тур, программа обслуживания туристов, тур маршрут, тур трасса, технологическая карта экскурсии, контрольный текст экскурсии, портфель экскурсовода.

Проектирование туристских услуг

- Основой для проектирования услуги является краткое описание туристской услуги

- Проектирование туристской услуги осуществляется в последовательности: установление нормируемых характеристик услуги; установление технологии процесса обслуживания туристов; разработка технологической документации; определение методов контроля качества; анализ проекта; представление проекта на утверждение.

- Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и др.).

- Определение методов контроля качества. Проектирование контроля качества включает: определение ключевых моментов в процессе обслуживания существенно влияющих на характеристики услуги; определение методов корректировки характеристик услуги; определение методов оценки контролируемых характеристик.

- Анализ проекта является завершающим этапом проектирования.

- Утверждение проекта является завершающим этапом проектной разработки.

- Проектирование отдельных видов туристских услуг.

Проектирование услуги "Туристское путешествие".

Порядок проектирования услуги "Туристское путешествие" предусматривает два этапа: 1) проектирование каждого тура, включаемого в услугу "Туристское путешествие" в соответствии с программой обслуживания туристов; 2) проектирование услуги "Туристское путешествие" в целом.

Проектирование услуги "Туристский поход" предусматривает:

- проведение экспедиционного обследования района и маршрута туристского похода;

- подготовку проектов размещения и оборудования туристских приютов и стоянок на трассе туристского похода;

- расчет необходимого количества туристского инвентаря, снаряжения и транспортных средств;

- определение потребности в инструкторах-методистах по туризму, другом обслуживающем персонале и организацию их подготовки;

- подготовку рекламно-информационных материалов с описанием трассы похода;

- определение мер по безопасности услуги "Туристский поход".

Проектирование услуги "Экскурсия".

Проектирование услуги "Экскурсия" предусматривает определение:

- тематической направленности;
- объектов осмотра;
- продолжительности экскурсий;
- объема информации;
- формы перемещения по маршруту экскурсии;
- результатов социологического изучения предложений экскурсантов по условиям обслуживания.

Результатом проектирования услуги "Экскурсия" являются следующие технологические документы:

- технологическая карта экскурсии (Приложение Е);
- контрольный текст экскурсии;
- материалы "Портфеля экскурсовода";
- схема трассы маршрута транспортной экскурсии (Приложение Ж).

ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. *Основные понятия, определения и структура стандарта.*

Настоящий стандарт устанавливает требования к туристским и экскурсионным услугам, обеспечивающим безопасность жизни и здоровья туристов и экскурсантов (далее - туристов), методы их контроля и предназначен для целей обязательной сертификации туристских услуг.

Стандарт предназначен для предприятий и всех организационно - правовых форм и граждан - предпринимателей (далее - туристских предприятий), оказывающих туристские услуги населению.

На основе настоящего стандарта могут быть разработаны стандарты, устанавливающие требования к группам однородных туристских услуг.

Общие требования

- При оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов;
- Снижение травматичности обеспечивается: защитными устройствами и ограждениями при использовании подвижных механизмов, предметов, опасных участков территории (подъемников, канатных дорог, участков осыпей в горах, у водоемов, горнолыжных трасс и т.д.); использованием средств индивидуальной защиты (страховочных веревок, обвязок при пересечении сложных участков туристского маршрута, головных шлемов, ледорубов, крючьев и прочего страховочного снаряжения);
- Показатели микроклимата в помещениях обслуживания туристов (спальных, питания, клубных и других), а также в транспортных средствах должны соответствовать установленным санитарно - гигиеническим требованиям.

Предупреждение вредных воздействий данного фактора риска обеспечивается: выбором благоприятного времени года, суток для проведения туристского мероприятия; рациональным проектированием трассы туристского маршрута; учетом погодных особенностей района; сооружением на трассах туристских маршрутов укрытий от непогоды; оснащением помещений и транспортных средств устройствами кондиционирования, дезодорации воздуха, отопления, автоматического контроля и сигнализации;

- Эксплуатацию объектов обслуживания необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями утвержденных нормативных документов (Правил пожарной безопасности).

- Биологические факторы: Воздействие данных факторов риска на туристов предупреждается: соблюдением установленных санитарных норм и правил обслуживания; применением оборудования и препаратов для дезинфекции, дезинсекции, стерилизации, дератизации, автоматизации производственных процессов; использованием знаков безопасности и необходимой маркировки на предметах оснащения и сооружениях, используемых при обслуживании туристов (посуды, кухонного инвентаря, в т.ч. для приготовления пищи в походе, мест водозабора, колодцев и пр.);

Контроль за выполнением требований безопасности туристов обеспечивают органы государственного управления, осуществляющие контроль за безопасностью в соответствии с их компетенцией.

*Правила предоставления гостиничных услуг в РФ (в ред. Постановлений Правительства РФ от 02.10.1999 N 1104, от 15.09.2000 N 693). **Информация об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг. Порядок предоставления услуг. Ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг***

Информация об услугах, порядок оформления проживания в гостинице и оплаты услуг

- Исполнитель обязан довести до сведения потребителя свое фирменное наименование (наименование), место нахождения (юридический адрес) и режим работы.
- Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора.
- Исполнитель обязан обеспечить предоставление льгот при оказании услуг тем категориям граждан, которым такие льготы предусмотрены законами и иными нормативными правовыми актами.
- Исполнитель вправе заключать договор на бронирование мест в гостинице путем составления документа, подписанного двумя сторонами, а также путем принятия заявки на бронирование посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей достоверно установить, что заявка исходит от потребителя.
- Исполнитель - коммерческая организация обязан заключить с потребителем договор на предоставление услуг,
- Договор на предоставление услуг заключается при предъявлении потребителем паспорта или военного билета,
- Исполнитель вправе установить предельный срок проживания в гостинице, одинаковый для всех потребителей.
- Исполнитель должен обеспечить круглосуточное оформление потребителей, прибывающих в гостиницу и убывающих из нее.
- Исполнитель не вправе без согласия потребителя выполнять дополнительные услуги за плату.
- Цена номера (места в номере), а также форма его оплаты устанавливаются исполнителем.
- Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени.
- Качество предоставляемых услуг должно соответствовать условиям договора
- Исполнитель обязан предоставить потребителю без дополнительной оплаты следующие виды услуг: вызов скорой помощи; пользование медицинской аптечкой; доставка в номер корреспонденции по ее получении; побудка к определенному времени; предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.
- Порядок проживания в гостинице устанавливается исполнителем.
- Исполнитель в соответствии со статьей 925 Гражданского кодекса Российской Федерации отвечает за сохранность вещей потребителя.

IV. Ответственность исполнителя и потребителя за предоставление услуг

- Потребитель при обнаружении недостатков оказанной услуги вправе по своему выбору потребовать: безвозмездного устранения недостатков; соответствующего уменьшения цены за оказанную услугу.
- За нарушение сроков удовлетворения отдельных требований потребителя исполнитель уплачивает потребителю за каждый час (день, если срок определен в днях) просрочки неустойку (пени) в размере 3 процентов суточной цены номера (места в номере) или цены отдельной услуги, если ее можно определить.

Исполнитель в соответствии с законодательством Российской Федерации несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие недостатков при оказании услуг, а также компенсирует моральный вред, причиненный потребителю нарушением прав потребителя.

- Потребитель в соответствии с законодательством Российской Федерации возмещает ущерб в случае утраты или повреждения имущества гостиницы, а также несет ответственность за иные нарушения.

Система классификации гостиниц и других средств размещения (от 15 июля 2005г. №1004-р). Основные положения. Организационная структура системы и функции её участников.

Общие положения

- Оценка соответствия гостиниц и других средств размещения установленным требованиям проводится органами по классификации гостиниц и других средств размещения

- Система является открытой для участия в ней организаций различных организационно-правовых форм и индивидуальных предпринимателей, оказывающих услуги гостиниц и других средств размещения и признающих и выполняющих ее правила.

- В Системе предусматривается свободный доступ к информации о ее правилах, участниках и результатах классификации для исполнителей и потребителей услуг гостиниц и других средств размещения и других организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма и пр.

- Объективность и достоверность оценки гостиниц и других средств размещения в Системе обеспечивается экспертами, аттестованными в порядке, установленном в Системе.

Организационная структура системы и функции её участников

Организационную структуру Системы образуют: Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма; ЦОС; Аттестационная комиссия; Комиссия по апелляциям; органы по классификации средств размещения; заявители - юридические лица или индивидуальные предприниматели, обратившиеся с заявкой на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения.

Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма утверждает решения Аттестационной комиссии об аттестации гостиниц и других средств размещения на категорию; создает Комиссию по апелляциям; осуществляет взаимодействие с зарубежными системами классификации средств размещения.

ЦОС - организация, осуществляющая следующие функции: формирование Аттестационной комиссии и утверждение документов Системы, в том числе по оплате работ в Системе; принятие заявок на проведение экспертной оценки соответствия гостиниц и других средств размещения категории на территории страны; ведение единого Реестра Системы, организация публикаций официальной информации, предоставление сведений об объектах классификации; организация разработки методических документов Системы; В состав Аттестационной комиссии входят:

Аттестационная комиссия: формирует политику в области классификации гостиниц и других средств размещения; принимает решения об аттестации гостиницы и другого средства размещения на категорию.

Органы по классификации: организуют проведение экспертной оценки соответствия гостиниц и других средств размещения категории на территории страны на основе единой методологии и критериев; формируют экспертную комиссию из числа аттестованных в Системе экспертов в количестве до трех человек и назначают председателя экспертной комиссии; представляют документы по результатам экспертной оценки в ЦОС для принятия решения Аттестационной комиссии об аттестации гостиниц и других средств размещения на категорию; *Эксперты:* проводят оценку гостиниц и других средств размещения и документируют ее результаты; обеспечивают конфиденциальность полученной в ходе оценки информации.

Заявители - юридические лица или индивидуальные предприниматели, обратившиеся с заявкой на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения: направляют заявку на проведение классификации гостиницы и другого средства размещения в ЦОС; после получения сертификата категории получают право на применение Знака категории, а также использование "звезд" в оформлении документов и в рекламных целях; **Порядок проведения работ по классификации гостиниц согласно Системе классификации гостиниц и других**

средств размещения (от 21.07.2005 г). Требования к гостиницам и другим средствам размещения различных категорий

Порядок проведения работ по классификации

- Классификация гостиниц и других средств размещения проводится в три этапа: первый этап - экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения категории; второй этап - аттестация гостиницы и другого средства размещения; третий этап - экспертный контроль классифицированных гостиниц и других средств размещения.

- Экспертная оценка соответствия гостиниц и других средств размещения категории проводится в следующем порядке: - получение от заявителя заявки на классификацию;

- проведение экспертной оценки гостиницы и другого средства размещения и составление акта.

Экспертная оценка соответствия гостиниц и других средств размещения одной из категорий проводится в три этапа:

первый этап - проводится предварительная экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения установленным требованиям. По результатам предварительной экспертной оценки составляется протокол соответствия гостиницы и другого средства размещения одной из категорий;

второй этап - проводится балльная оценка гостиницы и другого средства размещения по критериям, соответствующим установленным требованиям. По результатам балльной оценки составляется протокол и указывается суммарное количество баллов;

третий этап - на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная экспертная оценка соответствия гостиницы и другого средства размещения определенной категории.

Экспертная оценка соответствия номеров категориям проводится в три этапа:

первый этап - проводится предварительная экспертная оценка соответствия номера установленным требованиям. По результатам предварительной экспертной оценки составляются протоколы соответствия номеров категориям;

второй этап - проводится балльная оценка соответствия номеров по критериям, соответствующим установленным требованиям. По результатам балльной оценки составляются протоколы, в которых указывается суммарное количество баллов;

третий этап - на основании вышеуказанных протоколов проводится окончательная экспертная оценка соответствия номеров категориям.

Результаты работы экспертной комиссии оформляются актом.

Система классификации горнолыжных трасс. Основные цели, организационная структура и функции участников системы классификации горнолыжных трасс. Требования для горнолыжных трасс. Шкала риска схода лавин.

Общие положения. Классификация горнолыжных трасс включает в себя проведение оценки их соответствия требованиям по безопасности, информационному обеспечению, сложности, доступу к соответствующему участку и предоставление дополнительных услуг на трассах, предусмотренных Системой классификации горнолыжных трасс (далее – Система).

II. Основные цели

Основными целями Системы являются: гармонизация критериев классификации горнолыжных трасс в Российской Федерации с существующей зарубежной практикой; обеспечение соблюдения современных стандартов обслуживания и качества услуг, предоставляемых на горнолыжных трассах; дифференциация горнолыжных трасс по категориям в зависимости от уровня сложности; обеспечение потребителя полной и достоверной информацией (в т.ч. о категории горнолыжной трассы), в целях предоставления возможности компетентного выбора горнолыжной трассы; содействие увеличению туристского потока и доходов от въездного и внутреннего туризма за счет укрепления доверия российских и иностранных потребителей к объективности оценки услуг, предоставляемых на горнолыжных трассах.

III. Организационная структура Системы и функции её участников

3.1 Организационную структуру Системы образуют:

Федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма;

Центральный орган Системы (далее – ЦОС);

Комиссия по оценке состояния горнолыжных трасс (далее – Комиссия);

Комиссия по апелляциям.

3.2. Функции Федерального органа исполнительной власти в сфере туризма: координирует работу по проведению классификации горнолыжных трасс; определяет ЦОС – организацию, уполномоченную на осуществление работ по проведению оценки состояния горнолыжных трасс; утверждает решения Комиссии;

выдает свидетельства о присвоении категории горнолыжным трассам; формирует Комиссию по апелляциям; утверждает решения о приостановлении и об аннулировании свидетельств о присвоении категории горнолыжных трасс.

3.3. Функции ЦОС: осуществляет методическое руководство Системой; организует разработку и утверждение документов, регламентирующих порядок проведения работ по классификации горнолыжных трасс;

утверждает состав Комиссии; разрабатывает и утверждает положение о Комиссии;

принимает заявки на проведение классификации горнолыжных трасс; рассматривает заявки и принимает решение о принятии заявки на проведение классификации горнолыжных трасс;

3.4. Функции Комиссии: принимает решения о соответствии горнолыжных трасс, установленной в Системе категории; готовит предложения о приостановлении и об аннулировании действия свидетельств о присвоении категории горнолыжным трассам.

3.5. Комиссия по апелляциям формируется федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма с привлечением представителей организаций туристской индустрии и других организаций, осуществляющих деятельность в сфере туризма. Комиссия по апелляциям собирается по мере необходимости. Апелляции по вопросам, связанным с классификацией горнолыжных трасс, рассматриваются в порядке, установленном настоящей Системой.

ТРЕБОВАНИЯ ДЛЯ ГОРНОЛЫЖНЫХ ТРАСС

Зеленая(для начинающих

Синяя (легкая)

Красная (среднего уровня)

Черная (высокого уровня)

Шкала риска схода лавин

Степень риска	Устойчивость снежного покрова	Вероятность лавинообразования
1. Слабый	Снежный покров устойчив на большинстве склонов	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно только на редких крутых склонах*, главным образом, при сильной нагрузке*** от лыжников. Только одинокие осовы или маленькие лавины могут образовываться без участия человека.
2. Ограниченный	Снежный покров на некоторых**, достаточно крутых склонах умеренно и слабо устойчив. На других склонах снежный покров устойчив.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно при сильной нагрузке от лыжников*** и на некоторых склонах, зафиксированных в специальных бюллетенях. Широкий сход естественных лавин не ожидается.
3. Средний	Снежный покров на многих достаточно крутых склонах** слабо устойчив.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно иногда даже при слабой нагрузке от лыжников и на многих склонах, особенно на тех, которые зафиксированы в специальных бюллетенях. В некоторых случаях возможно образование естественных средних и иногда довольно крупных лавин.
4. Высокий	Снежный покров неустойчив на большинстве** довольно крутых склонов.	Спровоцированное людьми лавинообразование возможно даже при слабой нагрузке*** от лыжников на многочисленных достаточно крутых склонах. В

		некоторых случаях можно ожидать многочисленное образование естественных средних и иногда крупных лавин.
5. Очень высокий	Общая неустойчивость снежного покрова.	Многочисленные крупные лавины образуются без участия человека даже на территориях с некрутыми склонами.

Система классификации пляжей. Основные положения системы. Требования к пляжам на соответствие категории.

I. Общие положения Классификация пляжей включает в себя проведение оценки их соответствия требованиям по безопасности, информационному обеспечению и предоставлению дополнительных услуг на пляжах (приложение №1), присвоение пляжам соответствующих категорий, предусмотренных Системой классификации пляжей (далее – Система).

Порядок проведения работ по классификации пляжей

Классификация пляжей проводится в 2 этапа: экспертная оценка соответствия пляжей установленным в Системе требованиям; присвоение пляжам соответствующей категории по результатам экспертной оценки.

Экспертная оценка соответствия пляжей включает в себя проверку соответствия пляжей требованиям, установленным в Системе.

Экспертная оценка соответствия пляжей проводится в следующем порядке: получение по инициативе заявителя заявки на проведение классификации пляжей; проведение оценки пляжей установленным в Системе требованиям и составление акта.

После подачи заявки юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, являющимся собственником, арендатором пляжей и осуществляющим владение и их пользование (далее – владелец). ЦОС заключает договор с заявителем на выполнение работ по проведению классификации пляжей.

После заключения договора на проведение классификации пляжа, ЦОС направляет экспертов для проведения работ по оценке соответствия пляжа минимальным требованиям, установленным в Системе;

Результаты работы экспертов оформляются актом в 3-х экземплярах.

В случае отказа в классификации пляжа Комиссия готовит соответствующее решение и направляет его в федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма на утверждение. Не позднее 30 дней со дня утверждения решение с обязательным указанием причин отказа направляется заявителю.

Контроль за соответствием пляжей, прошедших процедуру классификации, соответствующей категории осуществляет ЦОС.

Термины, определения и основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (с изм. на 17 января 2007 года).

В настоящем Федеральном законе используются следующие основные понятия: туризм, туристская деятельность, туризма внутренний, выездной, въездной, международный, социальный, самодеятельный, турист, тур ресурсы, тур индустрия, тур продукт, туроператорская турагентская деятельность, формирование тур продукта, продвижение турпродукта, реализация турпродукта, экскурсовод, гид-переводчик, инструктор-проводник, тур путевка.

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какова последовательность работ по подготовке производства к выпуску новой продукции?
2. Качество – всемирное поле для соперничества.
3. Качество как объект управления.
4. Качество как экономическая категория.
5. Критерии затрат на качество.

6. Международный опыт в сертификации.
7. Место организации и оплаты труда в процессе улучшения качества.
8. Какие стратегии развития гостиничных сетей можно назвать? В чем их особенности?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности построения СМК туристских предприятий	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Политика в области качества туристского предприятия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Состав документов СМК	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Текст лекции.

Теоретические основы системы менеджмента качества

СМК - это система, созданная на предприятии для постоянного формирования политики и целей в области качества, а так же для достижения этих целей с целью постоянного улучшения качества выпускаемой продукции или оказываемых услуг.

СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

Причиной брака всегда являются неправильные действия. А для того, чтобы их избежать, необходимо формализовать (описать) правильные действия для создания качественной продукции или услуг, разработать инструкции по выполнению правильных действий и контролировать эти действия.

Система менеджмента качества - система менеджмента для руководства и управления организацией применительно к качеству.

СМК является частью системы менеджмента организации, направленной на удовлетворение потребностей, ожиданий и требований заинтересованных сторон для достижения результатов в соответствии с целями в области качества. Цели в области качества дополняют другие цели организации, связанные с развитием, финансированием, рентабельностью, окружающей средой, охраной труда и безопасностью. Различные части системы менеджмента организации могут интегрированы вместе с системой менеджмента качества в единую систему менеджмента, использующие общие элементы. Это может облегчить планирование, выделение ресурсов, определение дополнительных целей и оценку общей эффективности организации. Система менеджмента организации может быть оценена на соответствие собственным требованиям организации. Она может быть также проверена на соответствие требованиям международных стандартов, таких, как ИСО 9001, ИСО 14001. Эти аудиты (проверки) могут проводиться отдельно или совместно.

Системы менеджмента качества содействуют организациям в повышении удовлетворённости потребителей и становятся социальной необходимостью.

Потребителям необходима продукция, характеристики которой удовлетворяли бы их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания отражаются в технических условиях на продукцию и считаются требованиями потребителей. Требования устанавливаются потребителем в контракте или определяются самой организацией. В любом случае приемлемая ценность продукции, в конечном счете, устанавливается потребителем.

Поскольку потребности и ожидания потребителей меняются, организации также испытывают давление, обусловленное конкуренцией и техническим прогрессом, из-за чего они должны постоянно совершенствовать свою продукцию и технологические процессы.

Системный подход к менеджменту качества побуждает организации анализировать требования потребителей, определять процессы, способствующие получению продукции, приемлемой для потребителей. СМК может быть основой постоянного увеличения вероятности повышения удовлетворенности, как потребителей, так и других заинтересованных сторон. Она дает уверенность самой организации потребителям в ее способности поставлять продукцию, полностью соответствующую потребительским требованиям.

Обоснование необходимости систем менеджмента качества преимущественно сосредоточено в выявлении общественной потребности, потребности и ожиданий заинтересованных сторон.

СМК как система состоит из следующих элементов: организация, процессы, документы и ресурсы.

По определению ИСО, организация - это группа сотрудников и необходимых средств с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений. Другими словами, под организацией понимается совокупность элементов организационно-штатной структуры,

связанных с качеством, правила их взаимодействия, а так же персонал, отвечающий за качество.

Процесс - совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов деятельности, преобразующие «входы» и «выходы». При этом «входами» процесса обычно являются «выходы» других процессов. Процессы в организации, как правило, планируются и осуществляются с целью добавления ценности (от «входа» к «выходу»).

Важное значение в СМК имеет понятие процедуры. Процедура - установленный способ осуществления деятельности или процесса. Таким образом, процедурой можно назвать процесс (или совокупность процессов); с другой стороны - это документ, формализующий правильный способ выполнения процесса.

Документ - информация (значимые данные), размещенная на соответствующем носителе. С документами системы качества должны быть связаны другие организационно-распорядительные документы предприятия, например «Положения о подразделениях» и «Должностные инструкции».

К основным документам СМК относятся:

- приказы и положения по предприятию, относящиеся к СМК («О совершенствовании системы качества», «О представителе руководства», «О руководителе проекта», «О службе системы качества»);

- политика в области качества - основные направления и цели организации в области качества, официально сформулированные руководством;

- процедуры системы качества;

- руководство по качеству - документ, излагающий политику в области качества и описывающий систему качества;

- рабочие инструкции, связанные с качеством;

- контрольные инструкции, связанные с качеством.

СМК повышает прозрачность предприятия в части его организационной структуры, бизнес-процессов и функций. При разработке процедур, представляющих собой алгоритм деятельности, связанной с качеством, определяются или уточняются и организационная структура (как обязательства, полномочия и взаимоотношения), и бизнес-процессы и функции. Необходимо отметить, что это не относится к финансовой прозрачности, так как СМК не затрагивает финансовую деятельность предприятия.

Управляемость предприятия улучшается в связи с тем, что при проектировании СМК строго распределяется ответственность за выполнение процедур. В большинстве процедур предусмотрено ведение записей (отчетов), о качестве, которые формируют ответственные лица после выполнения установленных действий. В процессе создания СМК пересматриваются положения о подразделениях, должностные и рабочие инструкции. Это так же повышает управляемость предприятия.

Развитие предприятия обусловлено несколькими факторами. К ним относятся повышение компетентности (обязательность подготовки) персонала, его вовлечение в процесс создания системы, повышение эффективности производства за счет устранения лишних функций и снижения доли некачественной продукции, концентрация усилий на существенном, а так же улучшение отношений с потребителями и поставщиками. Наиболее явно сертификация и эффективное функционирование СМК влияют на конкурентоспособность предприятия. Наличие сертификата значительно поднимает авторитет предприятия, его торговой марки. Это позволяет изменить ценовую политику предприятия (заведомо качественная продукция должна стоить дороже). Наличие сертификата увеличивает вероятность успеха при участии в конкурсах и тендерах. В некоторых случаях оно даже является обязательным условием конкурса и тендера.

Один из шагов на пути улучшения менеджмента -- внедрение СМК, соответствующей требованиям стандартов ИСО серии 9000:2000. Сформулированные в них принципы менеджмента и критерии качества вобрала в себя основной опыт международного сообщества

по созданию конкурентоспособного бизнеса. Нам осталось всего лишь внедрить эти стандарты таким образом, чтобы они эффективно работали на наших предприятиях.

СМК представляет собой модель менеджмента многочисленных взаимосвязанных, взаимодействующих, динамичных видов деятельности (процессов), осуществляемых организацией (рис. 1.). Предназначена она для постоянного улучшения деятельности, а следовательно, для повышения конкурентоспособности организации на отечественном и мировом рынках.

Модель системы менеджмента качества



Рис. 1. Модель системы менеджмента качества

В версии стандартов ИСО серии 9000 и сделан акцент на процессный подход к организации и управлению работами, главная цель которого -- избавиться от разобщенности, неэффективности и внутренних конфликтов, присущих многим функциональным иерархическим организациям. В соответствии с этим подходом для управления организацией целесообразно оперировать системой из четырех групп показателей: удовлетворенность персонала; результативность и эффективность внутренних бизнес-процессов; удовлетворенность потребителей; финансовые результаты. Последние -- это только «вершина айсберга», его надводная часть. Обеспечивает получение желаемых финансовых результатов только удовлетворенный персонал посредством оптимизированных процессов, направленных на удовлетворение потребителя! Выход результативных и эффективных процессов -- продукция или услуга того качества, за которое организации платят ее потребители. Все перечисленные показатели взаимосвязаны.

Такой подход дает руководителям возможность сконцентрировать усилия всех подразделений организации на выработке стратегий, направленных на достижение долгосрочных результатов. При этом цели всех четырех групп показателей взаимосвязаны с долгосрочными финансовыми результатами. Задачи подразделений, команд и сотрудников соответствуют стратегическим задачам организации. Распределение ресурсов, стратегические инициативы и годовые бюджеты подчинены стратегии, а совещания по подведению итогов дают возможность установить четкую обратную связь и получить достоверную текущую информацию о ходе реализации стратегии. Для достижения целей надо, чтобы все работники организации действовали как один слаженный организм. Этого можно достичь, существенно улучшив качество менеджмента, основанного на уважении личности и мотивации, ориентированной на природу человека, знания и информацию.

Таким образом, СМК призвана обеспечивать качество продукции или услуг предприятия и «настраивать» это качество на ожидания потребителей (заказчиков). При этом ее главная задача - не контролировать каждую единицу продукции, а сделать так, чтобы не было ошибок в работе, которые могли бы привести к появлению брака (плохому качеству продукции или услуг).

И именно СМК будет объединять одинаковые процедуры для разных процессов в единую систему управления организацией. Вот почему действительно работающая СМК выполняет в любой организации роль интегратора (объединителя).

С другой стороны, отсюда вытекает, что СМК -- вовсе не «довесок» к традиционной системе управления, а просто способ создания хорошей системы управления предприятием.

Источник:

https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhaniye?ysclid=1h7ojd2hhe704231482

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Методы административные и экономические к управлению качеством.
2. На каком этапе проектирования качества продукции надо проводить корректирующие мероприятия?
3. Назовите основные критерии выбора объектов комплексной стандартизации?
4. Назовите основные статистические методы оценки качества продукции?
5. Направления по улучшению деятельности предприятия по совершенствованию качества.
6. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента безопасности труда и охраны здоровья.
7. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента безопасности продукции.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование контроля качества туристской услуги	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Планирование обеспечения качества	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Состав документов для сертификации	Информационная лекция

	СМК	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	-----	---

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Текст лекции.

Стандартизация — это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда.

Цель стандартизации — достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач. Цели стандартизации можно разделить на общие и узкие.

Общие цели вытекают прежде всего из содержания понятия. Конкретизация общих целей связана с выполнением тех требований стандартов, которые являются обязательными. К ним относятся разработка норм, требований, правил, обеспечивающих: безопасность услуг для жизни и здоровья людей, окружающей среды и имущества, качество услуг в соответствии с уровнем развития научно-технического прогресса, экономии всех видов ресурсов, безопасность хозяйственных объектов, связанная с предотвращением возникновения различных катастроф (природного и техногенного характера) и чрезвычайных ситуаций и т.д. Узкие (конкретные) цели стандартизации относятся к определенной области деятельности, сфере услуг в целом, тому или иному предприятию в отдельности, конкретной услуге и т.д.

Стандартизация связана с такими понятиями, как объект (предмет) стандартизации и область стандартизации.

Объект стандартизации — услуга, процесс обслуживания, для которых разрабатывают те или иные требования, характеристики, параметры, правила и т.п. Стандартизация может касаться либо объекта в целом, либо его отдельных составляющих (характеристик).

Область стандартизации — совокупность взаимосвязанных объектов стандартизации. Например, гостиничная индустрия является областью стандартизации, а объектами стандартизации могут быть конкретные гостиничные услуги: услуги по оформлению и размещению гостей, услуги горничной по уборке номеров, услуги питания и т.д.

Стандартизация осуществляется на разных уровнях. Уровень стандартизации различается в зависимости от того, участники какого географического, экономического, политического региона мира принимают стандарт. В зависимости от уровня, на котором осуществляется стандартизация, различают:

- международную стандартизацию — деятельность, открытую для соответствующих органов любой страны;
- региональную стандартизацию — деятельность, открытую только для соответствующих органов государств одного географического, политического или экономического региона мира;
- национальную стандартизацию — стандартизацию в одном конкретном государстве. В свою очередь национальная стандартизация может осуществляться на разных уровнях: на

государственном, отраслевом, в том или ином секторе экономики, на уровне ассоциаций, объединений, предприятий.

Международная и региональная стандартизация осуществляется специалистами стран, представленных в соответствующих международных и региональных организациях.

В процессе стандартизации вырабатываются нормы, правила, требования, характеристики, касающиеся объекта стандартизации, которые оформляются в виде нормативного документа. Разновидности нормативных документов рекомендованы Руководством 2 ИСО/МЭК, составленным международной организацией по стандартизации (ИСО). Это стандарты, документы технических условий, своды правил, регламенты.

Стандарт — это нормативный документ, разработанный на основе консенсуса, утвержденный признанным органом, направленный на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области. В стандарте устанавливаются для всеобщего и многократного использования общие принципы, правила, характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов. Стандарт должен быть основан на обобщенных результатах науки, техники и практического опыта и направлен на достижение оптимальной пользы для общества.

Руководство 2 ИСО/МЭК, обобщая международный опыт стандартизации, представляет следующие возможные виды стандартов:

- *основополагающий стандарт* имеет широкую область распространения или содержит общие положения для определенной области. Основополагающий стандарт может применяться непосредственно в качестве стандарта или служить основой для других стандартов;
- *терминологический стандарт* распространяется на термины, к которым, как правило, даются определения, а в некоторых случаях — примечания, иллюстрации и т.д. Например, стандартизированными могут быть следующие термины: гостиничная услуга, услуга общественного питания, гостиница, ресторан, кафе, бар и т.д.;
- *стандарт методов испытаний* устанавливает методики, правила, процедуры различных испытаний и сопряженных с ним действий;
- *стандарт на услугу, процесс, продукцию* устанавливает требования, которым должны удовлетворять услуга, процесс, продукция, с тем чтобы обеспечить их соответствие назначению;
- *стандарт на совместимость* устанавливает требования, касающиеся совместимости продукции или систем в местах их сочленения;
- *стандарт с открытыми значениями, неидентифицирующий стандарт* содержит перечень характеристик, для которых должны быть указаны значения или другие данные для конкретизации услуги или процесса. Как правило, такие данные конкретизируются в договорных отношениях производителем либо потребителем

Документ технических условий устанавливает технические требования, которым должна удовлетворять услуга (продукция, процесс). В документе технических условий должны быть указаны, в случае необходимости, процедуры, с помощью которых можно установить, соблюдены ли данные требования.

Свод правил — документ, рекомендуемый технические правила или процедуры проектирования, изготовления, обслуживания, эксплуатации.

Регламент — документ, содержащий обязательные правовые нормы и принятый органом власти.

Развитие международной торговли и международного сотрудничества во всех областях человеческой деятельности объективно привело к необходимости согласования (гармонизации) национальных стандартов, разработке и широкому применению международных стандартов. Мировой опыт управления качеством сконцентрирован в пакете международных стандартов ИСО 9000— 9004, принятых в марте 1987 года и обновленных в 1994 году. В своем классическом варианте стандарты ИСО серии 9000 были разработаны для промышленности, однако общая философия систем качества, изложенная в них, универсальна. Поэтому в настоящее время предприятия и организации самых различных сфер деятельности

стали активно использовать эту методологию. Следует отметить, что за рубежом тысячи гостиниц и ресторанов сертифицируют свои системы качества в национальных и международных системах сертификации, что дает им значительные преимущества в конкурентной борьбе. Примеры сертификации систем качества на гостиничных предприятиях имеются в Российской Федерации. Определенным достижением мирового опыта в управлении качеством услуг можно считать принятие ИСО международного стандарта ИСО 9004-2 "Общее руководство качеством и элементы системы качества. Часть 2. Руководящие указания по услугам".

Сертификация

Слово "сертификация" в переводе с латинского языка означает "сделано верно". Для того чтобы убедиться, что услуга "оказана верно", необходимо знать, каким требованиям она должна соответствовать и каким образом возможно получить достоверные доказательства этого соответствия. Общеизвестным способом такого доказательства служит сертификация соответствия.

Сертификация — процедура, посредством которой третья сторона дает письменную гарантию, что услуга соответствует заданным требованиям. Под третьей стороной понимается лицо или орган, признанный независимым ни от производителя услуг (первой стороны), ни от их потребителя (второй стороны).

Процедуры, правила, испытания и другие действия, которые можно рассматривать как составляющие самого процесса сертификации, могут быть различными в зависимости от ряда факторов. Среди них — законодательство, касающееся стандартизации, качества и непосредственно сертификации, особенности объекта сертификации, что в свою очередь определяет выбор метода проведения исследований и т.д. Другими словами, доказательство соответствия производится по той или иной системе сертификации. В соответствии с Руководством 2 ИСО/МЭК — это система, которая осуществляет сертификацию по собственным правилам, касающимся как процедуры, так и управления.

В общем виде *систему сертификации* составляют:

- центральный орган, который управляет системой, проводит надзор за ее деятельностью и может передавать право на проведение сертификации другим органам;
- правила и порядок проведения сертификации;
- нормативные документы, на соответствие которым осуществляется сертификация;
- процедуры (схемы) сертификации;
- порядок инспекционного контроля.

Сертификацию услуг осуществляют органы по сертификации, аккредитованные в центральном (национальном) органе. Функции органа по сертификации услуг могут выполнять предприятия и организации, отвечающие требованиям независимости и компетентности и имеющие не менее двух экспертов-аудиторов.

Системы сертификации могут действовать на национальном, региональном и международном уровнях. Если система сертификации занимается доказательством соответствия определенного вида услуг, — это система сертификации однородных услуг, которая в своей практике применяет стандарты, правила и процедуру, относящиеся именно к данным услугам. Сертификация может носить обязательный и добровольный характер.

Обязательная сертификация осуществляется на основании законов и законодательных положений и обеспечивает доказательство соответствия услуг гостеприимства требованиям технических регламентов, обязательным требованиям стандартов. Обязательные требования относятся к безопасности, охране здоровья людей и окружающей среды.

Обязательная сертификация введена законами "О защите прав потребителей", "О сертификации продукции и услуг". Для осуществления обязательной сертификации создаются системы обязательной сертификации. Номенклатура объектов обязательной сертификации устанавливается на государственном уровне управления. Так, в частности, в перечень услуг, подлежащих обязательной сертификации, утвержденный постановлением правительства Российской Федерации от 13 августа 1997 года № 1013, включены услуги гостиниц и прочих

мест проживания (код группы — 04); услуги по предоставлению мест проживания (06); услуги питания, услуги по изготовлению кулинарной продукции, услуги по реализации кулинарной продукции (12).

Добровольная сертификация проводится по инициативе юридических или физических лиц на договорных условиях между заявителем и органом по сертификации в системах добровольной сертификации. Решение о добровольной сертификации обычно связано с проблемами конкурентоспособности услуг, продвижением услуг на рынок (особенно зарубежный), предпочтениями покупателей, все больше ориентирующихся в своем выборе на сертифицированные услуги. При сертификации услуг используются схемы, представленные в таблице 5.1.

Таблица 5.1

Возможные схемы сертификации услуг

Номер схемы	Оценка мастерства исполнения	Оценка процесса предоставления услуги	Аттестация предприятия	Сертификация систем качества	Выборочная проверка результатов услуги	Инспекционный контроль
1	X				X	Проверка результата услуги
2	X					Социологическая оценка результатов услуги
3		X			X	Контроль стабильности процесса
4		X				Проверка результата услуги
5			X			То же
6				X		Контроль стабильности функционирования

Наиболее распространенным примером добровольной сертификации в индустрии гостеприимства является сертификация предприятий на соответствие требованиям определенной категории по действующей классификации (см. главу 1).

Вехой в развитии добровольной сертификации гостиниц можно считать 1989 год, когда ВТО разработала проект "Международная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов", одобренный региональными комиссиями (Мадрид, ВТО, 1989, 30. XI).

Добровольная сертификация проводится органами по сертификации по договорным ценам и только после получения обязательного сертификата безопасности.

Порядок проведения сертификации услуг включает:

- 1) подачу заявки на сертификацию;
- 2) принятие решения по заявке, в том числе выбор схемы сертификации;
- 3) разработку методики проведения проверки;
- 4) проведение сертификационной проверки;
- 5) выдачу сертификата соответствия и лицензии на применение знака соответствия, заключение договора на проведение инспекционного контроля за соответствием;
- 6) осуществление инспекционного контроля за соответствием сертифицированной услуги требованиям нормативных документов.

Инспекционный контроль осуществляется органом, выдавшим сертификат, в течение всего срока действия сертификата, но не реже одного раза в год, в форме периодических и внеплановых проверок. Результаты инспекционного контроля оформляются актом, в котором дается оценка результатов контроля и заключение о возможности сохранения действия выданного сертификата. Акт хранится в органе по сертификации, а его копии направляются исполнителю услуг и организациям, принимавшим участие в инспекционном контроле.

В случае выявления нарушений действие сертификата может быть приостановлено либо прекращено.

Источник: <https://studfile.net/preview/10073179/page:41/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как менялось отношение, к стандартизации и сертификации?
2. Приведите отраслевые примеры стандартизации и сертификации
3. Как по вашему мнению: нужна, необходима и вообще целесообразна ли сертификация и стандартизация услуг?
4. В чем разница между стандартизацией продуктов (товаров) и услуг
5. Какие вы видите сложности, связанные с процессами сертификации и стандартизации?

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

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

**1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА**

2. Тема практического (семинарского) занятия

**Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и
гостеприимстве**

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Различные подходы к содержанию понятия «качество».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Отличается ли процедура аудита качества системы, процесса, продукта?
2. Охарактеризуйте основные принципы менеджмента качества.
3. Охарактеризуйте особенности метрологического обеспечения производства продукции
4. Формирование стратегии, тактики и планирования в системе менеджмента качества.
5. Чем отличается оценка качества продукции у потребителя и продавца?
6. Чем различаются понятия самооценка, инспекция качества, внутренний аудит качества?
7. Что влияет на управленческое решение при формировании потребительского качества продукции?
8. Что означает конкурентоспособность качества продукции?

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Качество как социально-экономическая категория и объект управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Инструменты управления качеством.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

9. Основные подходы к менеджменту качества.
10. Особенности управления качеством проекта.
11. Российский и международный подход к управлению качеством
12. Системный подход к управлению качеством.
13. Статистическое регулирование процессов.
14. Суть концепций управления качеством Каору Исикава. Диаграмма Исикавы, Джозефа Джурана, Арманда Фейгенбаума, Филиппа Кросби, Майкла Хаммера и Джеймса Чампи.
15. Суть концепций управления качеством Фредерика Уинслоу Тейлора, Анри Файоля, Макса Вебера, Уолтора Шухарта.
16. Суть Тотального управления качеством (TQM).
17. Экономические аспекты управления несоответствующей продукцией.
18. Эффективно ли налаживать долгосрочные отношения с поставщиками?
19. Юридические основы сертификации продукции и услуг.
20. Японский метод управления качеством.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем раздела 1:

1. Основные методы управления качеством деятельности туристских предприятий. Классификация методов управления качеством.
2. Измерение показателей качества и конкурентоспособности туристских услуг
3. Простые инструменты управления качеством.
4. Диаграмма Исикавы.
5. Диаграмма Парето.
6. Контрольные листки.
7. Карты Шухарта.
8. Гистограмма.
9. Стратификация.
10. Диаграмма разброса.
11. Функциональные инструменты управления качеством.
12. Концепция «6 сигм».
13. Концепция «ZD».
14. Концепция «кайдзен».
15. Порядок проведения ABC анализа.
16. Принцип Парето и особенности его применения в индустрии гостеприимства.
17. Управление социальной ответственностью.
18. Принципы TQM.
19. Концепция TQM.
20. Управление качеством на основе принципов ХАССП.
21. Система экологического менеджмента.
22. Принципы построения дома качества
23. Развертывание функции качества на предприятии туризма
24. Построение диаграммы Парето
25. ХУЗанализ. Порядок проведения

Методические рекомендации по подготовке к реферату см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

- (??) Может ли уровень качества быть постоянным?
 (?) да, может
 (!) нет, не может
 (?) да, может, но только в том случае, если достигнуты высокие результаты в управлении качеством
 (??) Вопросы стандартизации качества актуальны на этапе:
 (?) оказания услуги
 (?) проектирования услуги
 (?) пост продажного обслуживания
 (!) все ответы верны
 (??) Ценность услуги для потребителя определяется
 (!) качеством услуги
 (?) востребованностью услуги
 (?) платежеспособностью потребителя
 (?) все ответы верны
 (??) Понимание качества одинаково у:
 (?) американцев и японцев
 (?) русских и немцев
 (?) у всех народов и национальностей
 (!) у всех народов разное
 (??) Укажите ученых, занимавшихся вопросами постиндустриальной экономики
 (!) З. Бжежинский
 (?) А. Маслоу
 (?) З. Фрейд
 (!) Д. Белл
 (??) Укажите ученых, занимавшихся вопросами качества
 (!) М. Портер
 (!) Э. Деминг
 (?) З. Бжежинский
 (?) все указанные ученые
 (??) Уберите лишнее: теория постиндустриальной экономики определила три альтернативы развития для стран
 (?) страна-мировое производство
 (?) страна поставщик природных ресурсов
 (!) страна – кредитор
 (?) страна – элита
 (??) Принципы семейных отношений в рабочих коллективах характерны для
 (?) США
 (?) России
 (?) Китая
 (!) Японии
 (??) Международная организация по стандартизации основана в
 (?) 2000 году
 (?) 1991 году
 (?) 1900 году
 (!) 1946 году
 (??) Российская Федерация
 (!) является членом ИСО
 (?) не является членом ИСО
 (?) подала заявку на членство в ИСО
 (?) вышла из ИСО

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандарта. Виды стандартов (классификация)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Представление качества, его связь с другими экономическими категориями (эффективностью, прибыльностью, трудоемкостью, ценой и затратами), его разновидности.
2. Привлечение субподрядчиков к процессу улучшения качества.
3. Принятие решений в системе менеджмента качества, основанных на фактах.
4. Причины разработки серии стандартов OHSAS 18000. На предприятиях
5. Развитие технологий и понятия качества.
6. Раскройте содержание требований к системе менеджмента социальной ответственности (SA 8000).

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие стандартизации, сертификата и процедуры сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Сертификация как подтверждение соответствия стандарту. Виды сертификации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Роль документации в системе управления качеством.
2. Роль сертификации в улучшении качества и экономики предприятия.
3. Роль типизации и стандартизации в системе качества.
4. Сущность и содержание сертификации.
5. Сформулируйте общие требования к проектированию интегрированной системы менеджмента для предприятия.
6. Управление затратами на обеспечение качества.
7. Управление качеством, используя основы стандартов ИСО.
8. Учет требований стандартов социальной ответственности, информационной безопасности и отраслевых стандартов.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: практическое задание

Перечень тем раздела 2:

Разработка основных положений кодекса поведения для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам

Разработка основных скриптов для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам

Разработка СОП для предприятия туризма (гостиничного предприятия) по заданным параметрам

Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля –

компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

- (??)Локальные стандарты – это стандарты
- (?)отдельных государств
- (!)отдельных предприятий
- (?)отдельных отраслей экономики
- (?)отдельных регионов
- (??)Сертификация является
- (!)подтверждением стандарту
- (!)подтверждением качества продукции и услуги
- (?)обязательной процедурой для продукции государственных предприятий
- (?)все ответы верны
- (??)Кружки качества появились в
- (?)Британии
- (?)России
- (!)Японии
- (?)США
- (??)При управлении качеством главным является
- (?)управление качеством услуг
- (?)управление качеством обслуживания
- (!)оба ответа верны
- (??)Наибольшим доверием у потребителей пользуется
- (?)само сертификация
- (!)независимая экспертная оценка
- (?)не имеет значения, главное наличие сертификата
- (??)Национальные стандарты могут не соответствовать мировым
- (!)утверждение верно
- (?)утверждение неверно
- (?)не имеет значения
- (?)все ответы верны
- (??)Общероссийский классификатор информации об общероссийских классификаторах это
- (?)ОКВЭД
- (?)ОКУН
- (!)ОКОК
- (?)ГОСТ
- (??)Актуальный Закон ФЗ «О стандартизации» был принят в РФ в
- (?)2001 году
- (!)2015 году
- (?)2000 году
- (?)1999 году

(??)Общероссийский классификатор управленческой документации утвержден и действует с

(!)1993 года

(?)1991 года

(?)2001 года

(?)2014 года

(??)Первая редакция закона «О защите прав потребителей» принята в

(!)1991 году

(?)1992 году

(?)1993 году

(?)2001 году

(??)Классификация – это ...

(?)параллельное разделение множества объектов на независимые подмножества

(?)последовательное разделение множества объектов на подчиненные подмножества

(?)присвоение объекту уникального наименования, номера, знака, условного обозначения, признака или набора признаков и т. п., позволяющих однозначно выделить его из других объектов

(!)разделение множества объектов на классификационные группировки по их сходству или различию на основе определенных признаков в соответствии с принятыми правилами

(??)Измерение – это...

(?)определение искомого параметра с помощью органов чувств, номограмм или любым другим путем

(!)совокупность операций, выполняемых с помощью технического средства, хранящего единицу величины, позволяющего сопоставить измеряемую величину с ее единицей и получить значение величины

(?)применение технических средств в процессе проведения лабораторных исследований

(?)процесс сравнения двух величин, процесс, явлений и т. д.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности построения СМК туристских предприятий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Политика в области качества туристского предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Планирование работ и документирование ИСМ
2. Подсистемы ИСМ и их взаимодействие.
3. Подходы к проектированию и внедрению ИСМ.
4. Подходы к управлению качеством (TQM, Бережливое производство, сигм).
5. Позиции системы менеджмента качества, на основе объединения данных мирового опыта.
6. Понятие, назначение и преимущества интегрированных систем менеджмента (ИСМ).

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ И ИНТЕГРИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

3. Цели занятия.

- получение обучающимся основных сведений о правовых, организационных и методических основах стандартизации и управления качеством на национальном, региональном и международном уровнях;
- получение знаний о системе менеджмента качества услуг в сфере сервиса, а именно туризма, гостеприимства и общественного питания;
- изучение существующих методов контроля качества гостиничных услуг и услуг общественного питания;
- получение прикладных знаний в сфере стандартизации и сертификации в области туризма и гостеприимства;
- формирование теоретических знаний и практических навыков в области разработки и внедрения системы управления качеством услуг в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Планирование контроля качества туристской услуги	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Планирование обеспечения качества	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Состав документов для сертификации СМК	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Нормативные требования и рекомендации к системам менеджмента качества.
2. Нормативные требования и рекомендации к системам экологического менеджмента.
3. Объективные факторы стабильного повышения качества.
4. Организационные строения и модели по управлению качеством.
5. Организация системы сертификации в РФ и ее роль в международной системе организации
6. Организация управления процессами, как важнейший элемент системы качества.
7. Ориентация на потребителя в системе менеджмента качества.
8. Правовая основа и периоды сертификации систем качества.
9. Правовые основы сертификации продукции и услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетно-практическое задание

Перечень тем раздела 3:

- 1) Особенности построения СМК туристских предприятий. В данной задаче выявляются особенности построения СМК конкретного туристского предприятия. Если в данном предприятии СМК не существует, разрабатывается комплекс предложений по ее формированию.
- 2) Разработка основных внутренних документов СМК. В данном разделе определяется перечень документов для СМК конкретного предприятия индустрии туризма. Разрабатываются предложения по политике качества.
- 3) Сертификация СМК туристского предприятия. Разработка последовательности действий при сертификации СМК предприятия индустрии туризма и гостеприимства.
- 4) Оценка эффективности СМК туристского предприятия. Анализ показателей деятельности до и после внедрения СМК.

Методические рекомендации по подготовке практическому занятию см в разделе 2

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля –

Компьютерное тестирование

Примеры тестовых заданий:

- (??)Свод правил – это документ, который используется в целях
- (?)замены существующих национальных стандартов
- (!)обеспечения соблюдения требований технических регламентов
- (?)установления обязательных требований к продукции
- (?)конкретизации отдельных положений соответствующего по назначению основополагающего национального стандарта
- (??)Свод правил – это документ, утвержденный
- (?)Росстандартом
- (!)соответствующим Федеральным органом исполнительной власти
- (?)Правительством РФ
- (?)руководителем организации
- (?)Межрегиональным территориальным управлением
- (??)Общероссийские классификаторы утверждает
- (!)Федеральный орган исполнительной власти
- (?)Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
- (?)Правительство РФ
- (?)«Стандартинформ»
- (??)Общероссийский классификатор – это документ, в котором содержатся
- (?)организационно-методические положения по обмену информацией, которые необходимо выполнить
- (?)наименования и коды классификационных группировок
- (!)правила выполнения работ по классификации технико-экономической и социальной информации
- (??)Общероссийский классификатор – это документ, который
- (?)используется для установления обязательных требований к продукции
- (?)используется при межведомственном обмене информацией
- (?)является документом добровольного применения
- (!)является обязательным для применения в государственных информационных системах
- (?)определяет порядок проведения работ по стандартизации и оформления результатов таких работ
- (??)Нормативный документ, устанавливающий правила, рекомендации или характеристики различных видов деятельности или их результатов для добровольного многократного использования, называется

- (?) правилами стандартизации
- (!) рекомендациями по стандартизации
- (?) стандартом
- (?) сводом правил
- (?) техническими условиями
- (??) Правила стандартизации – это документ, который используется
- (?) для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
- (!) для конкретизации отдельных положений соответствующего основополагающего национального стандарта
- (?) для замены существующих национальных стандартов
- (?) в случае нецелесообразности разработки организационно-методического национального стандарта
- (?) для установления добровольных требований к продукции
- (??) Рекомендации по стандартизации – это документ,
- (?) предназначенный для установления добровольных требований к продукции
- (!) используемый для предварительной проверки на практике организационно-методических положений, еще не ставших типовыми
- (?) который применяется при межведомственном обмене информацией
- (?) содержащий советы организационно-методического характера
- (??) Технические условия на продукцию разрабатывает
- (?) Росстандарт
- (!) предприятие, производящее продукцию
- (?) Ростехрегулирование
- (?) ВНИИСтандарт
- (??) Участниками работ по стандартизации являются
- (?) Органы по сертификации
- (?) Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии
- (?) Испытательные лаборатории
- (!) Технические комитеты по стандартизации
- (?) Федеральная служба по аккредитации
- (??) Обязательный для выполнения нормативный документ в области стандартизации – это...
- (?) свод правил
- (!) регламент
- (?) стандарт предприятия
- (?) государственный стандарт
- (??) Срок действия стандарта как правило...
- (?) устанавливается приблизительно
- (?) строго устанавливается
- (?) устанавливается в соответствии с действующими правилами
- (!) не устанавливается
- (??) Причиной отмены стандарта, как правило, служит: 1) прекращение выпуска продукции; 2) принятие нового стандарта; 3) выпуск новой взаимозаменяемой продукции; 4) значительная корректировка показателей качества продукции, затрагивающая ее совместимость...
- (!) 1, 2
- (?) 2, 4
- (?) 1, 3
- (?) 3, 4

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Сущность и содержание категории качество

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 1.2. Управление качеством в индустрии туризма

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Раздел 2. Стандартизация и стандарты в индустрии туризма и гостеприимства

Тема 2.1. Стандарты индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:



Рис. Составляющие качества услуг средств размещения и элементы системы управления

Источник:

https://studme.org/405376/turizm/standarty_gostinichnoy_industrii?ysclid=lh7oxujmxn743095712

Тема 2.2. Стандартизация в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

Национальные стандарты туристских услуг:

ГОСТ 28681.0-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»

ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»

ГОСТ Р 50644-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов

ГОСТ 28681.1-95/ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

Подтверждение соответствия– документальное удостоверение соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

схема подтверждения соответствия– перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям;

форма подтверждения соответствия– определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров;

оценка соответствия– прямое или косвенное определение соблюдения требований, предъявляемых к объекту (*Статья 2 ФЗ «О техническом регулировании» № 184-ФЗ в ред. ФЗ от 01.05.2007 N 65- ФЗ*)

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

сертификация– форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров.

система сертификации– совокупность правил выполнения работ по сертификации, ее участников и правил функционирования системы сертификации в целом;

орган по сертификации– юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, аккредитованные в установленном порядке для выполнения работ по сертификации;

сертификат соответствия– документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, положениям стандартов, сводов правил или условиям договоров;

знак соответствия– обозначение, служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту.

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

ИНФОРМАЦИЯ О ТУРЕ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Требование к информации	Содержание информации
Информационное обеспечение тура	Наличие информации о: - средствах размещения и наборе предоставляемых услуг; - условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности); - условиях питания; - условиях трансфера; - программе тура; - экскурсионном обслуживании; - наличии гида, сопровождающего; - дополнительных услугах.

Памятка	Необходимая и достоверная информация о: правилах въезда в страну (место) временного пребывания; - условиях пребывания; - таможенных правилах; - обычаях местного населения, национальных и религиозных особенностях региона, религиозных святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной; - состоянии окружающей природной среды; часовом поясе и климатических условиях на маршруте; - опасностях, с которыми может встретиться турист при совершении путешествий; факторах риска для здоровья, исходя из климатических и природных условий; правилах личной безопасности; - особенностях путешествий; - курсе валют и порядке их обмена; - правилах аренды автомобиля, дорожного движения и парковки; - прочая полезная информация
---------	---

Источник: <https://studfile.net/preview/3539709/page:48/>

Раздел 3. Системы менеджмента качества туристских предприятий

Тема 3.1. Сущность и содержание категории СМК

Иллюстрации:



Рис. 1. Модель системы менеджмента качества

Источник:

https://studwood.net/769086/menedzhment/sistema_menedzhmenta_kachestva_suschnost_soderzhani_e?ysclid=1h7ojd2hhe704231482

Тема 3.2. Документационное сопровождение СМК. Сертификация в индустрии туризма и гостеприимства

Иллюстрации:

Возможные схемы сертификации услуг

Номер схемы	Оценка мастерства исполнения	Оценка процесса предоставления услуги	Аттестация предприятия	Сертификация систем качества	Выборочная проверка результатов услуги	Инспекционный контроль
1	X				X	Проверка результата услуги
2	X					Социологическая оценка результатов услуги
3		X			X	Контроль стабильности процесса
4		X				Проверка результата услуги
5			X			То же
6				X		Контроль стабильности функционирования

Источник: <https://studfile.net/preview/10073179/page:41/>

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)

**УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА 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) «Управленческая экономика 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)	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	12
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	23
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).....	71
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	71
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	86
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	89

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии	
<p>Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.</p> <p>Альтернативные модели поведения фирмы</p>	<p>Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки, занимающаяся проблемой принятия решения о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы. Ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Оптимальное принятие решений. Транзакционные издержки. Гипотеза максимизации прибыли. Неэкономические цели фирмы. Социальная ответственность компаний. Типы риска: деловой и финансовый риск. Гипотеза максимизации благосостояния акционеров. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость. Прибыльность и выход фирмы на мировой рынок, международная конкуренция. Альтернативные модели поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.</p>

<p>Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса</p>	<p>Экономическая концепция эластичности. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения: дуговой эластичности и точечной эластичности. Различия, полезность дуговой эластичности в реальном бизнесе. Степени эластичности спроса. Факторы эластичности. Влияние эластичности на цену и размеры производства. Эластичность спроса на факторы производства. Эластичность в краткосрочных и долгосрочных периодах. Эластичность спроса и доход. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса. Перекрестная эластичность, товары – заменители и дополняющие (комплементарные) товары. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.</p>
<p>Раздел 2. Экономика туристской фирмы</p>	
<p>Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях</p>	<p>Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде. Изокванта. Предельная норма технического замещения. Краткосрочный анализ валового, среднего и маржинального продукта. Три стадии производства в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства. Эффект масштаба. Значение производственных функций в принятии управленческих решений. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях. Издержки бухгалтерские и экономические. Прибыль бухгалтерская и экономическая. Виды издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде, связь между производством и издержками. Издержки и производство, общие переменные и маржинальные издержки. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Оптимум производителя. Теория издержек и практика управления фирмой.</p>
<p>Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска</p>	<p>Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости. Чистая приведенная стоимость, ее калькуляция. Коэффициент окупаемости капиталовложений. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности. Глобализация, аргументы «за» и «против». Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации. Функции правительства в рыночной экономике. Внешние эффекты рынка, связанные с выгодой и издержками, функция правительства в управлении ими.</p>
<p>Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации</p>	

<p>Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии</p>	<p>Типы рыночных структур. Совершенная конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия. Отличительные особенности совершенной конкуренции. Принятие решений относительно цен и объема производства в условиях совершенной конкуренции, оптимальный уровень объема производства и оптимальный уровень цен. Краткосрочное равновесие конкурентной фирмы. Экономическая и нормальная прибыль. Нулевая прибыль. Убытки и остановка производства. Долгосрочное равновесие конкурентной фирмы и отрасли. Эффективность рыночной структуры совершенной конкуренции. Отличительные особенности монополии. Выбор фирмы-монополиста, максимизирующей прибыль, в краткосрочном периоде. Индекс Лернера. Равновесие фирмы-монополиста, максимизирующей прибыль, в долгосрочном периоде. Монополия и общественная эффективность. Естественная монополия. Фирма-монополист, максимизирующая валовой доход. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.</p>
<p>Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования</p>	<p>Монополистическая конкуренция и олигополия. Отличительные особенности монополистической конкуренции. Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периоде. Отличительные особенности олигополии. Модели олигополии без сговора и со сговором (картель). Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках. Неценовые факторы дифференцирования цен на товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии. Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке. Ценовая дискриминация (первой, второй и третьей степени). Влияние ценовой дискриминации на благосостояние общества. Анализ картельных цен. Ценообразование, основанное на издержках. Метод ценообразования «издержки – плюс». Метод ценообразования по приросту. Анализ затрат. Мультипродуктное (ассортиментное) ценообразование. Трансфертные цены. Другие практики ценообразования.</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 – навыков, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

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

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

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

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

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

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

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

отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

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

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

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

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

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

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.

Альтернативные модели поведения фирмы

Вопросы для самоподготовки:

1. Управленческая экономика и ее место в системе экономических наук, связь с другими дисциплинами: финансы, теория управления, разработка управленческого решения, маркетинг, управленческий учет.
2. Задачи, основные разделы, объект изучения и содержание дисциплины.
3. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде.
4. Рыночная добавленная стоимость и экономическая добавленная стоимость.
5. Прибыльность фирмы.

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Вопросы для самоподготовки:

1. Альтернативные модели поведения фирмы.
2. Экономическая концепция эластичности.
3. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения.
4. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривой спроса.
5. Эластичность спроса по доходу. Другие показатели эластичности.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Вопросы для самоподготовки:

1. Производственная функция, различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Изокванта. Изокоста.
3. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства.
4. Эффект масштаба
5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.
6. Издержки бухгалтерские и экономические.
7. Прибыль бухгалтерская и экономическая.
8. Типы рыночных структур.

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Вопросы для самоподготовки:

1. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска
2. Адаптированная к риску ставка дисконта.
3. Глобализация, аргументы «за» и «против».
4. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.
5. Прямые заграничные капиталовложения.
6. Трансфертное ценообразование в многонациональных компаниях.
7. Глобализация, аргументы «за» и «против».
8. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.
9. Прямые заграничные капиталовложения.
10. Трансфертное ценообразование в многонациональных компаниях

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополия.

Вопросы для самоподготовки:

1. Совершенная конкуренция, монополия.
2. Монополистическая конкуренция.
3. Олигополия.
4. Экономическая и нормальная прибыль.
5. Нулевая прибыль.
6. Убытки и остановка производства.
7. Отличительные особенности монополии.
8. Индекс Лернера. Монополия и общественная эффективность.
9. Естественная монополия.

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Вопросы для самоподготовки:

1. Монополистическая конкуренция и олигополия.
2. Отличительные особенности монополистической конкуренции.
3. Ценообразование на олигополистическом рынке: соперничество и взаимозависимость.
4. «Ломаная кривая спроса» и жесткость цен на олигополистических рынках.
5. Ценообразование, основанное на издержках.
6. Метод ценообразования «издержки – плюс».
7. Метод ценообразования по приросту.
8. Типы решений относительно экономического анализа эффективности

намечаемых капиталовложений.

9. Методы оценки программы капиталовложений.
10. Риск и неопределенность.
11. Источники делового риска.
12. Расчет различных параметров риска.

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

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.

Альтернативные модели поведения фирмы

Иллюстрации:



Рис. 1.1. Природа управленческой экономики

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Иллюстрации:

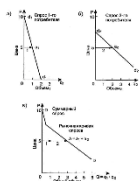


Рис. Построение рыночной кривой на основе индивидуальных кривых спроса

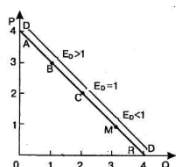


Рис. Эластичность и наклон - разные понятия

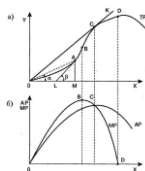


Рис. а) Кривая общего продукта (TP); б) кривая среднего продукта (AP) и предельного продукта (MP)

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих

решениях

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Иллюстрации:

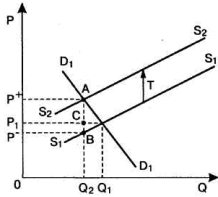


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его продавцами

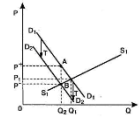


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его покупателями

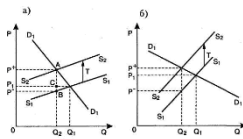


Рис. Воздействие акцизного налога на равновесный объем рынка в зависимости от наклонов линий спроса и предложения

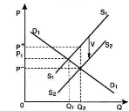


Рис. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации

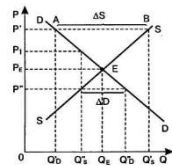
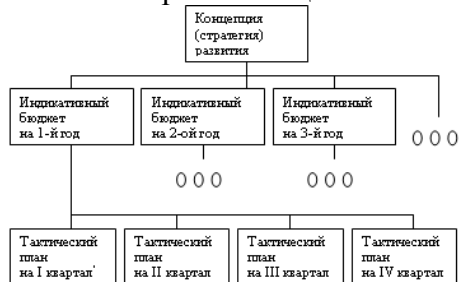
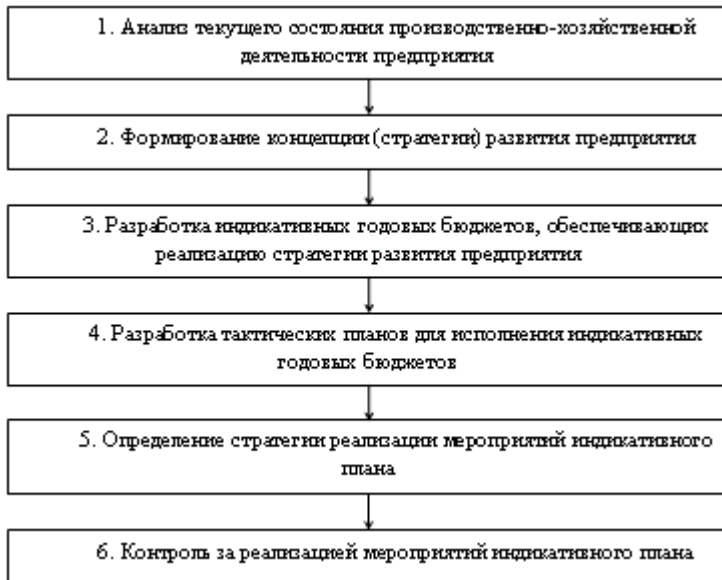


Рис. Фиксированная цена



* - Тактические планы могут составляться на квартал или на месяц

Рисунок – Структура индикативного плана предприятия



Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/page:9/>

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Иллюстрации:

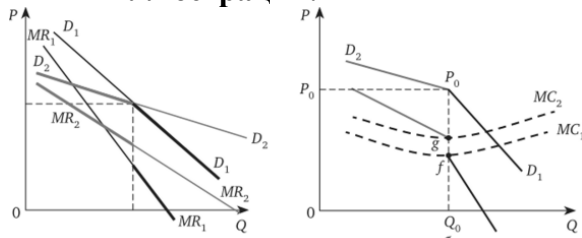


Рис. Модель Суизи (ломаной кривой спроса)

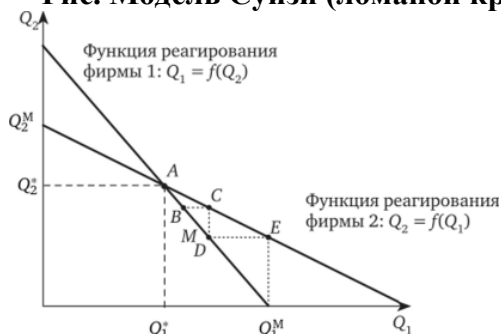


Рис. Равновесие Курно

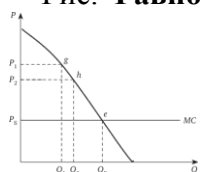


Рис. Модель Бертрана

Источник:

https://studme.org/127276/ekonomika/resheniya_povodu_tsenovoy_politiki_obema_proizvodstva_monopolisticheskaya_konkurenciya_oligopoliya?ysclid=lh8txnlul715766012

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управленческая экономика 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 программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа.

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

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

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 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.

Методические материалы к выполнению эссе

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

качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

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

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

Критерии оценки эссе:

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

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

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

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

Методические материалы по выполнению тестирования.

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

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

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

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;

6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

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

Методические материалы по подготовке к опросу

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

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

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

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение 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, 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.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических

13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.

Альтернативные модели поведения фирмы

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Альтернативные модели поведения фирмы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений. Альтернативные модели поведения фирмы

Текст лекции.

Тема 1. Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки Управленческая экономика составляет то направление экономических исследований, которое сокращает разрыв между экономической теорией и практикой. Ее необходимо изучать, поскольку она вносит свой посильный вклад в процесс принятия управленческих решений не только организациями, стремящимися к получению прибыли, но и организациями, не преследующими целей получения прибыли, а также государственными ведомствами.

Управленческая экономика включает элементы как микро-, так и макроэкономики. В ней используются как описательные, так и нормативные модели, а также аналитические средства математической экономики и эконометрики. Быстрая интернационализация рынка придает средствам управленческой экономики, используемым для выработки управленческих решений, еще большую ценность, чем когда-либо прежде.

управленческая экономика –

это способ применения экономической теории, особенно ее микроэкономического раздела, к практическому решению проблем;

эта дисциплина может быть использована для повышения качества управленческих решений;

управленческая экономика связана с выработкой решений по оптимальному распределению ограниченных ресурсов между конкурирующими направлениями работ как в частном, так и в общественном секторах.

Экономическая теория и управленческая экономика

Экономическая теория традиционно подразделяется на две широкие области: микроэкономику, рассматривающую поведение на рынке продавца и покупателя, и макроэкономику, изучающую совокупность экономических понятий, таких, как валовый национальный продукт, национальный доход, национальная занятость и национальное потребление. Макроэкономика сосредоточивается на коллективных результатах миллионов, отдельных экономических решений, тогда как микроэкономика — на поведении отдельных лиц, принимающих решение в макроэкономической среде.

Поскольку микроэкономическая теория имеет дело с вопросами, близко связанными с поведением фирмы при распределении ресурсов (а именно с поведением потребителя, теорией спроса, анализом производства и затрат, структурой рынка и ценообразованием, планированием прибыли, бюджетом долгосрочных расходов компании и финансами), она вносит решающий вклад в управленческую экономику. Отдельная фирма, однако, существует не в вакууме. Ее среда — это проявления глобальной экономики, определяющей и направляющей действия миллиардов людей, производителей и потребителей, действующих во всем мире.

Неподконтрольная отдельной фирме национальная и международная экономическая обстановка сильно сказывается на возможностях получения и цене экономических ресурсов, приобретаемых ею. К таким ресурсам относятся рабочая сила, материалы, комплектующие, механизмы и оборудование. Национальная и международная экономическая обстановка также сказывается на доступности и стоимости финансирования, особенно на процентной ставке. Оказывая влияние на доходы, национальная и международная обстановка сильно влияет на возможности реализации продукции фирмы. Соответственно макроэкономика вносит серьезный вклад в управленческую экономику даже при том условии, что ее микроэкономическая составляющая будет более значима.

Хотя такое сочетание микроэкономической и макроэкономической теорий играет важнейшую роль в решении экономических проблем, эффективность выработки решений зависит не только от экономической теории. Как показано на рис. 1.1, управленческая экономика во многом полагается на экономическую методологию и ее аналитические средства, а также на

принципы бухгалтерского учета, финансов, маркетинга, управления кадрами и организации производства.

Как показано на этом рисунке, экономическая методология включает два широких подхода, и каждый из них связан с использованием моделей, которые могут быть как описательными, так и нормативными[1]. Они могут использоваться как отдельно, так и в сочетании друг с другом.

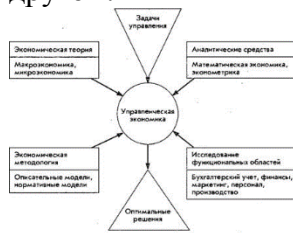


Рис. 1.1. Методология управленческой экономики

Описательные модели базируются на эмпирических наблюдениях. При их помощи ученые пытаются описать и объяснить экономические соотношения так, как они существуют в реальном мире, но только в упрощенной, абстрактной форме. Упрощение достигается агрегацией деталей, часто связанной с упрощающими предположениями, которые не всегда идеально соответствуют фактам реального мира. Хорошим примером такой модели служит модель идеальной конкуренции. Она исходит из предположения о том, что все участники рынка имеют о нем полную информацию, что очевидно невозможно. Тем не менее такая модель часто весьма успешно объясняет и прогнозирует поведение цен в реальном мире. Она используется как норма, как мерилло, позволяющее объяснить несовершенства, которые проявляются в реальных условиях. То обстоятельство, что эта модель не отображает реальную жизнь во всех ее аспектах, не мешает использовать ее как средство, объясняющее и прогнозирующее изменение цен.

Нормативные модели (их называют также оптимизационными) позволяют лицу, принимающему решение, выявить наиболее эффективный путь достижений поставленной цели. Оптимизационная модель выражает целевую функцию в операционных терминах. В конечном счете она предписывает процедуры, с использованием которых лицо, принимающее решение, может определить оптимальную стратегию с учетом заданных ограничений.

Поскольку в бизнесе решения обычно связаны с оптимизацией определенной функции, описательные модели часто бывают полезны для разработки подобных оптимизационных моделей. Нас в данном случае интересует не столько классификация моделей, сколько их способность прогнозировать изучаемые явления.

Аналитические средства: математическая экономика и эконометрика

В математической экономике экономические отношения представлены в математической форме, что часто позволяет увидеть такие стороны проблемы, которые могли быть легко упущены при чисто описательном подходе. Более того, математическое моделирование часто определяет границы анализа и позволяет «отсеять» нецелесообразные альтернативы.

В эконометрике статистические методы используются с целью исследования экономических моделей, разработанных для объяснения экономических соотношений. Так, например, статистические методы могут быть использованы для выявления соотношений между спросом на продукцию компании и такими факторами, как цена продукта, доход потребителя, расходы на рекламу и количество потенциальных потребителей. Эконометрические методы будут полезны: 1) при выявлении факторов, влияющих на спрос; 2) определении зависимости спроса от изменения и (или) взаимодействия этих факторов и выполнении точных измерений при решении проблем, поставленных в п. 1 и 2. Такая информация будет чрезвычайно полезной для выработки правильных решений.

Управленческая экономика в международной обстановке

Учитывая все увеличивающуюся интернационализацию рынка, в данном издании в задачах и иллюстративных примерах были использованы данные, характерные как для национальных, так и международных экономических условий.

В современных условиях для того, чтобы эффективно действовать в частном или общественном секторе, управляющему необходимо учитывать постоянно увеличивающуюся интернационализацию рынка. Американские фирмы, ведущие свои дела далеко за пределами Соединенных Штатов, пришли к выводу о том, что им необходимо адаптировать свой стиль управления, рыночную стратегию и разработку продукции к особенностям культурной и политической обстановки этих стран. Это, конечно же, логично. Кроме того, даже те компании, которые ведут дела исключительно внутри страны, сегодня ощущают мощное давление зарубежной продукции и капиталовложений. Так, например, когда Советский Союз покупал большие объемы пшеницы по цене ниже мировой, цена муки для мелких пекарен в Соединенных Штатах увеличивалась примерно на 20%. Мелкий и средний бизнес в Соединенных Штатах может столкнуться с конкуренцией иностранных фирм. Компании во всем мире ищут дешевую рабочую силу, поэтому они могут перевести свое производство в другую страну, где ее стоимость ниже. Ожидается еще большая интеграция мировой экономики до конца этого столетия. Конечно же, компаниям, желающим расти и процветать, необходимо адаптировать свой процесс выработки управленческих решений к условиям мирового рынка. Кроме того, в таких быстроменяющихся условиях строгий анализ будет более чем прежде необходим для выработки правильных решений. Это придает аналитическим средствам управленческой экономики еще большую ценность, чем прежде.

Тема 2-3. Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.. Альтернативные модели поведения фирмы

1. Роль фирмы в обществе

Особый интерес для управленческой экономики представляет способ взаимодействия фирмы с обществом. Для понимания роли фирмы в обществе нам следует начать с того элементарного положения, что сырьевые ресурсы не обладают стоимостью до тех пор, пока они не объединены с трудом и капиталом в процессе их обработки. Роль фирмы состоит в том, что она распределяет эти ограниченные ресурсы труда и капитала и управляет процессом их обработки с тем, чтобы иметь полезные товары и услуги и предоставить их членам общества на рынке.

Если фирма эффективно удовлетворяет потребности общества в товарах и услугах, то она получает вознаграждение, к которому стремится. Это вознаграждение — прибыль, которая в некотором смысле является двигателем, приводящим в действие экономическую систему на общее благо всех членов общества: рабочих, управляющих, инвесторов и потребителей. Общество полагается на стремление фирмы к прибыли, которое обеспечивает не только производство необходимых товаров и услуг, но и обеспечивает занятость, сбор налогов и эффективное распределение ограниченных ресурсов.

Однако операции фирмы на рынке далеко не всегда отвечают требованиям, предъявляемым обществом к товарам и услугам. Удовлетворяя вкусы и предпочтения потребителей, подверженные частым изменениям, фирма вынуждена принимать решения относительно объемов, цены, качества и сроков производства. Фирма не всегда располагает всей информацией, необходимой для такого решения, но, тем не менее, она вынуждена действовать. В условиях неопределенности, для того чтобы обеспечить свое процветание и выживание, фирма должна располагать эффективной стратегией, обеспечивающей действенное планирование.

Частные фирмы, действующие в условиях конкуренции на свободном рынке, должны распределять свои ресурсы эффективным и производительным образом. Именно это обстоятельство привело правительство США к решению ослабить степень регулирования таких отраслей, как авиалинии и банки, в том числе коммерческие. Необходимость дерегулирования все шире понимается в мире. Многие бывшие социалистические страны в последние годы стали ослаблять государственный контроль в надежде, что движение к рыночной экономике улучшит производительность и использование ресурсов при производстве потребительских товаров. Такая тенденция к дальнейшему дерегулированию в Соединенных Штатах и других странах вызовет, вероятно, повышение спроса на

профессиональных управляющих, хорошо освоивших принципы и методы управленческой экономики.

2. Альтернативные модели поведения фирмы

Существует значительное количество моделей, позволяющих объяснить поведение коммерческих фирм и их управляющих в терминах их задач и целей.

В их число вошли следующие модели:

- максимизации прибыли,
- максимизации продаж,
- максимизации роста,
- управленческого поведения
- японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

2.1. Модель максимизации прибыли

Экономисты давно склонны считать, что главной целью организации любого типа должна быть максимизация ее выгод по отношению к затратам. Для коммерческой организации выгоды, которые она стремится получить, выражаются в форме прибыли. Поскольку наша экономическая система позволяет фирмам в нерегулируемых отраслях получать столько, сколько они смогут получить, первоначально предполагалось, что поведение фирмы наилучшим образом может быть описано при помощи модели максимизации прибыли, разработанной исследователями по теории микроэкономики фирмы.

Ранее варианты моделей максимизации прибыли сосредоточивались на решениях, максимизирующих прибыль в краткосрочной перспективе, т.е. позволяющих максимизировать суммарный краткосрочный доход за вычетом общих затрат. В более поздних вариантах таких моделей предполагалось, что цель фирмы состоит в максимизации стоимости фирмы в перспективе на будущее. Поскольку стоимость фирмы в длительном интервале определяется потоком ее будущих прибылей, которые могут соответствовать, а могут и не соответствовать ожиданиям, модель должна быть развита с тем, чтобы включить в нее текущую стоимость будущих денег (будущих прибылей) и концепцию риска. Для понимания такой модели студент должен четко представлять себе концепцию текущей стоимости.

Текущая стоимость – сегодняшняя стоимость суммы, которая будет получена в будущем, дисконтированная на основе той или иной процентной ставки

Концепция текущей стоимости основана на принципе сложных процентов. Предположим, что сегодня инвестирован 1 долл. при годовой процентной ставке i . Тогда через год сумма A_1 равная основному капиталу и процентам, составит

$$A_1 = \$1 + (\$1 \times i)$$

или

$$A_1 = \$1(1 + i),$$

а через два года накопленная сумма A_2 достигнет

$$A_2 = \$1(1 + i)^2 = \$1(1 + i + i^2).$$

Процесс, обратный процессу начисления сложных процентов, называется дисконтированием. Если мы ожидаем, что A_2 через два года будет равно $\$1(1 + i)^2$, то дисконтированная текущая стоимость 1 долл. при процентной ставке i составит

$$\frac{\$1(1+i)^2}{(1+i)^2} = \$1 \text{ или } \frac{A_2}{(1+i)^2} = \$1$$

В общем виде концепция текущей стоимости (PV) будущих прибылей, π , выражается как

$$PV = \frac{\pi}{(1+i)^n},$$

где PV отражает текущую стоимость будущих прибылей, π , получаемую к концу периода дисконтирования в n лет при свободной от риска периодической ставке дисконта i , выражаемой десятичной дробью. Иначе говоря, если будущие прибыли считаются достоверными, то может быть использована ставка дисконта без учета риска, равная i . Если будущий доход нельзя считать гарантированным, то мы используем рисковую ставку дисконтирования r , определяемую как i плюс премия за риск, компенсирующая его. Таким образом, величина r отражает степень риска. Это будет норма капитализации или стоимости

капитала фирмы, т.е. та норма дохода, которую потребуют инвесторы после изучения экономического положения фирмы и финансового риска.

Независимо от того, какую переменную вы используете (i или r), модель позволит максимизировать текущую стоимость дисконтированного потока прибылей. Если ожидается, что поток прибылей будет изменяться по годам, то уравнение можно привести к следующему виду:

$$PV = \frac{\pi_1}{(1+r)} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \frac{\pi_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n} \quad (5)$$

где π_1 , π_2 , π_3 и π_n представляют прибыли, ожидаемые фирмой в первом, втором, третьем и n -м годах при рискованной ставке дисконта r или требуемой норме дохода.

Если ожидается в каждом году получать равную прибыль, то задача максимизации потока прибылей существенно упрощается и сводится к задаче максимизации k . Текущая стоимость потока равных прибылей может быть вычислена по формуле (5), однако будет значительно проще воспользоваться формулой

$$PV = \pi \left[\frac{1 - (1+r)^{-n}}{r} \right], \quad (6)$$

где π — периодические платежи; r — рискованная ставка дисконта; n — количество периодов.

Выражение в скобках называется показателем дисконтирования. Его вывод приведен в Приложении 2А в конце данной главы, а показатель дисконтирования при переменной величине годовой дисконтной ставки представлен в табл. А Приложения, помещенного в конце данной книги.

В динамической ситуации, когда предполагается возможность изменения величины π , задача максимизации значительно усложняется и приходится использовать уравнение (5). Однако для практического ее решения часто бывает полезно предположить равномерное распределение годовой прибыли на перспективу и считать, что эта тенденция сохранится до тех пор, пока изменение условий (ввод в эксплуатацию нового завода) не потребует изменить исходное предположение.

Если ожидаемый поток равномерной годовой прибыли, U , сохраняется постоянным в неограниченном интервале времени (т.е. бесконечно), то текущая стоимость такой последовательности доходов, PV , примет вид

$$PV = \frac{U}{r}, \quad (7)$$

где r — норма капитализации, характеризующая бизнес данной фирмы и ее финансовый риск.

ПРИМЕР:

Джон М., недавно закончивший Колледж деловой администрации, получил от своего деда наследство в 100 000 долл. Он рассматривает три предложения об инвестициях наследства, имеющие равный риск. Каждая альтернатива предполагает начальную инвестицию в 100 000 долл. Ожидаемый доход распределяется следующим образом.

Глава 2. Фирма и ее поведение

Год	Предложение 1	Предложение 2	Предложение 3
1	\$ 30 000	\$50 000	\$0
2	30 000	50 000	30 000
3	30 000	30 000	60 000
4	30 000	20 000	60 000
5	30 000	0	0
Всего	\$150 000	\$150 000	\$150 000

Вопросы:

- а. Какой будет чистая текущая стоимость (т.е. дисконтированный кассовый приход минус дисконтированный кассовый расход) каждого предложения при дисконтной ставке в 12%?
- б. Как сказывается на чистой текущей стоимости распределение потока наличности во времени?

Решения

$$a. \text{ Предложение 1: } PV = 30\,000 \left[\frac{1 - (1,12)^{-4}}{0,12} \right] - \$100\,000 = \$8143.$$

Предложение 2:

$$PV = \frac{\$50\,000}{1,12} + \frac{\$50\,000}{(1,12)^2} + \frac{\$30\,000}{(1,12)^3} + \frac{\$20\,000}{(1,12)^4} - \$100\,000 = \$18\,566.$$

$$\text{Предложение 3: } PV = \frac{\$30\,000}{(1,12)^2} + \frac{\$60\,000}{(1,12)^3} + \frac{\$60\,000}{(1,12)^4} - \$100\,000 = \$4754.$$

б. Чем больше предполагаемое количество лет, через которое будет получен поток наличности, тем меньшей будет его текущая стоимость. Так, предложение 2, согласно которому можно надеяться на больший поток наличности в более близкие сроки, будет иметь большую ценность, чем предложения 1 или 3. Предложение 3, согласно которому можно надеяться на большую сумму годовых доходов, чем в предложениях 1 или 2, но относящее эту сумму на более поздний срок, будет иметь наименьшую ценность.

Максимизация состояния владельца. Мерой состояния владельца служит стоимость акции фирмы. Поэтому модель максимизации прибыли предполагает попытку фирмы максимизировать рыночную стоимость одной акции своего акционерного фонда. Фундаментальный подход к оценке стоимости акции можно выразить как

$$V = \frac{E}{r},$$

где V - капитализированная стоимость на акцию;

E — ожидаемая прибыль на акцию, т.е. прибыль (полный доход - полные затраты), деленная на количество акций, подлежащих оплате (это неидентично дивидендам на акцию, если только все доходы компании не будут распределены в виде дивидендов, что маловероятно);

r - норма капитализации, или требуемая норма дохода.

Такой подход универсально используется при оценке стоимости акционерного фонда инвесторами, которые умножают оцениваемый доход на коэффициент, называемый отношением «цена—доход», отношением «время—доход» или мультипликатором «цена—доход», для оценки стоимости данного акционерного фонда. Отношение «цена—доход» — это просто величина, обратная норме капитализации, r (т.е. $1/r$).

Процесс выработки решения фирмой во многом определяется соотношением между доходом на акцию, E , и требуемой нормой дохода, r (r отражает риск, по предположению фирмы связанный с конкретным предложением инвестиций). Так, предположим, что стоимость капитала фирмы такова, что владелец требует норму дохода от своих инвестиций в 20%. Если доход фирмы на акцию составляет 1 долл., то капитализированная стоимость фирмы составит

$$V = \frac{\$1,00}{0,20} = \$5 \text{ на акцию.}$$

Предположим теперь, что фирма имеет возможность инвестировать в проект, который повысит доход на акцию на 20 центов, но также повысит риск до величины, когда осторожный инвестор потребует доход в 25%. Получить повышенный доход будет очень соблазнительно для управляющих, пока они не оценят влияния капитализированной стоимости на обыкновенные акции. Ввиду повышенного риска капитализированная стоимость обыкновенных акции снизится до

$$V = \frac{\$1,20}{0,25} = \$4,8.$$

Критерий решения очевиден — предлагаемый проект позволит повысить доход на 20%, однако требуемая норма дохода повысится до 25% (с 0,20 до 0,25). Соответственно, состояние владельца, измеряемое стоимостью акций, сократится. Именно поэтому аксиомой бизнеса будет то, что чем выше риск, тем выше должна быть прибыль. Иначе не следует начинать рискованный проект.

Текущая стоимость будущих прибылей фирмы представляет стоимость фирмы при любом данном уровне риска (уровень риска включается в дисконтную ставку, r). Поэтому максимизировать текущую стоимость прибыли значит то же, что максимизировать состояние владельца. Модель максимизации прибыли тем самым показывает, что аппарат управления фирмой стремится максимизировать текущую стоимость будущих прибылей при данном уровне риска.

Ограничения модели максимизации прибыли. Принципы, положенные в основу модели максимизации прибыли, помогают нам понять, какой должна быть стратегия фирмы, как ей следует вырабатывать решения и выбирать время для своих действий. В мире, в котором сроки инвестиций имеют важнейшее значение для успеха, эта модель позволяет нам глубже понять вероятное поведение фирмы. Однако модель максимизации прибыли, как и любая модель, дает упрощенный абстрактный вариант. В реальном мире существует много сложностей, ограничивающих ее адекватность. Это происходит потому, что, помимо отсутствия всеобъемлющей информации, такая модель требует, чтобы фирма могла точно предсказать величину и распределение во времени потока будущих прибылей, что в лучшем случае сделать очень трудно, а в худшем — невозможно. Кроме того, существует множество юридических, этических и социальных ограничений, которые ставят предел всеохватывающему стремлению фирмы к прибыли. В рамках этих ограничений фирма стремится иметь оптимальную прибыль.

Это означает, что фирма необязательно стремится максимизировать прибыль, вместо этого она пытается сбалансировать свое стремление к прибыли с другими целями и задачами — краткосрочными и долгосрочными, экономическими и неэкономическими. Достижение этих целей, так же как и увеличение прибыли, позволит ей максимизировать получаемые выгоды, которые необязательно должны сводиться к максимизации прибыли.

Признание этого обстоятельства привело к созданию ряда альтернативных моделей, исходящих из мотивов поведения фирмы, отличных от максимизации прибыли.

Эти модели, имеющие чрезвычайно важное значение для понимания поведения фирмы, можно подразделить на четыре общих класса моделей:

- максимизации продаж;
- максимизации роста;
- управленческого поведения;
- максимизации добавленной стоимости (японская модель).

2.2. Модель максимизации продаж

Модель максимизации продаж - это, вероятно, наиболее широко известная альтернатива модели максимизации прибыли. Она легко доступна для понимания и подтверждается интуитивно привлекательными примерами из жизни. Строгие эмпирические испытания, однако, не подтверждают справедливости гипотезы максимизации продаж. Особенно это касается долгосрочных задач фирмы.

Ученые приводят множество доводов в пользу того, почему фирмы могут отдавать предпочтение денежным поступлениям от продаж.

1. Изменение в продажах требует больших изменений в методах торговли и технологии производства, чем то будет оправдано равноценными изменениями в прибылях.

2. Управленческий аппарат фирмы может чувствовать, что отсутствие увеличения продаж несет ущерб репутации компании и ее отношениям с потребителями, финансовыми учреждениями и работниками.

3. Управленческий аппарат фирмы может чувствовать, что отсутствие увеличения продаж приведет к сокращению влияния компании на рынке и сделает ее более уязвимой для конкурентов.

4. Поскольку в большинстве случаев управляющие являются наемными служащими, а не владельцами фирмы, оценка работы ее управленческого аппарата будет более чувствительной к уровню продаж, чем к уровню прибылей (до тех пор, пока поддерживается приемлемый уровень прибылей).

Сторонники модели максимизации продаж признают, что некоторый минимальный уровень прибыли необходим, однако они уверены, что фирма, стремящаяся к максимизации продаж, предпочитает пожертвовать некоторыми либо всеми своими прибылями выше определенного минимума для того, чтобы увеличить объем продаж. Так, японские фирмы придают большое значение увеличению своего влияния на мировом рынке, поэтому они проводят демпинговую политику цен (т.е. продают продукцию за рубежом по ценам, ниже назначаемых в своей

стране). Многие считают, что это тактика, направленная против Соединенных Штатов. Японские изготовители сложных микросхем, например, обвинялись в демпинге своей продукции, поступающей в Соединенные Штаты непосредственно либо через таких посредников, как Гонконг. Хотя демпинг может быть эффективен для увеличения своей доли на рынке, эта практика считается незаконной в Соединенных Штатах.

Можно привести и другой пример с падением курса доллара США относительно японской иены (вторая половина 80-х гг.). По логике, японские автомобилестроители должны были бы при этом повышать цену на свою продукцию, продаваемую на территории США, чтобы сохранить свой уровень прибылей. Вместо этого они предпочли держать постоянной цену в долларах, соглашаясь на снижение прибыли, чтобы сохранить свою долю рынка. Такое поведение составляет важный фактор в международной торговле. Однако природа таких фактов позволяет предположить, что здесь фирмы могут жертвовать ближайшими прибылями в пользу максимизации отдаленных. Максимизация отдаленной прибыли в данном случае составляет часть их стратегии, направленной на сохранение преимущественных позиций в конкуренции, способных принести большую прибыль в отдаленном будущем.

Модель максимизации роста

В любой компании рост склонны считать краеугольным камнем стратегии корпорации. Рост и его потенциал служат мерилем успеха корпорации в ее годовых отчетах и на финансовых страницах прессы для ее финансовых аналитиков и инвесторов. Согласно обычной модели максимизации роста, при Достижении фирмой уровня выпуска, устойчиво обеспечивающего максимизацию прибылей, выпуск продукции должен оставаться постоянным до тех пор, пока остаются постоянными затраты и уровень спроса. По этой модели у фирмы будут отсутствовать основания для дальнейшего наращивания производства и продаж.

В действительности, конечно, спрос и затраты не остаются постоянными, и фирма будет стремиться к росту по тем же причинам, которые способствуют максимизации продаж. Рост, однако, должен финансироваться либо за счет удержаний из доходов, либо за счет займов, а часто за счет того и другого. Осторожные управляющие стремятся поддерживать соотношение «обязательства - активы» достаточным для стимулирования роста, но ниже предела неприемлемого риска.

В отдаленной перспективе рост фирмы будет определяться наличием достаточного потока прибылей. Очевидно, что какие бы различия ни проявлялись в краткосрочных интересах фирм, максимизирующих рост, продажи или прибыли, их долгосрочные интересы, вероятно, будут одинаковыми. Решение по максимизации роста неизбежно будет решением о максимизации прибыли в перспективе.

2.3. Модель управленческого поведения

Модели управленческого поведения касаются различий между владельцами и управляющими, характерных для разнообразных корпораций.

Модели управленческого поведения включают

1. модель управленческой выгоды,
2. модель управленческой благоразумности
3. агентскую модель.

Все эти модели исходят из следующих базовых предположений:

- 1) как владельцы (акционеры), так и управляющие являются рациональными людьми, пытающимися максимизировать свою личную выгоду, и
- 2) существуют коренные противоречия между интересами владельцев и интересами управляющих, поэтому когда управляющие пытаются максимизировать свою выгоду, они уменьшают выгоду владельцев.

Модель управленческой выгоды. Эта модель базируется на том предположении, что экономическая стратегия корпорации обусловлена несовпадением интересов владельцев и управляющих. Владельцы (акционеры) по этой модели стремятся максимизировать стоимость фирмы и поэтому заинтересованы в максимизации прибылей. Управляющие же имеют другой

комплекс целей, мотивов, потребностей и желаний. Они больше заинтересованы в личных благах, чем в максимизации стоимости фирмы.

Эта модель утверждает, что:

1) в контролируемых управляющими фирмах ставка прибыли меньше, чем в фирме, управляемой владельцем, поскольку аппарат управления игнорирует заинтересованность владельцев в максимизации прибыли,

2) профессиональные управляющие не имеют личного интереса в максимизации прибыли. Ни одно из этих предположений не выдерживает строгого эмпирического исследования.

Эмпирические исследования, проведенные рядом ученых, показали, что заработная плата составляет только часть компенсации управляющих. Оставшаяся часть принимает форму ценных вознаграждений, премий, опционов акций и доли в прибылях, которые полностью зависят от прибыли. Эмпирические свидетельства подтверждают тем самым, что профессиональные управляющие имеют прямую и личную заинтересованность в максимизации прибыли.

Модель управленческой благоразумности. Более реалистичную теорию фирмы, основанную на управленческом поведении, представляет модель управленческой благо- разумности. По этой модели управляющие могут преследовать свои личные интересы при том условии, что Они обеспечивают уровень прибылей, достаточный для выплаты приемлемых дивидендов владельцам и дальнейшего финансирования роста. Помимо заработной платы, личные интересы управляющих зависят от множества факторов, к которым относятся другие формы выплат, качество и профессиональный уровень подчиненных, не связанные с доходом блага и степенью "свободы в расходовании или инвестировании денег фирмы. Когда фирма процветает, управляющие стремятся получать от нее различные виды нематериального вознаграждения (например, личный автомобиль с водителем). Бихевиористы называют такие нематериальные блага управленческими привилегиями.

Общая гипотеза модели управленческого благоразумия состоит в том, что фирма, которой руководят управляющие, максимизирующие выгоды, расходует больше на аппарат управления и предоставляет больше управленческих привилегий, чем фирма, максимизирующая прибыль. В эмпирических доказательствах, предлагаемых в подтверждение справедливости этой модели, недостаточно аргументов и имеется ряд недостатков. Самым существенным из них является тот, что среди возможных видов компенсаций наибольшее значение придается компенсации в форме заработной платы. Соответственно, серьезно недооценивается реальное поведение управляющих, направленное на максимизацию прибылей.

Агентская модель. Эта модель ориентирована на отношения между принципалами (акционерами) и их агентами (управляющими), которые действуют в интересах первых. Чтобы управляющие могли действовать, акционеры через свой совет директоров должны делегировать право принятия решений главному исполнительному директору (chief executive officer - CEO). Его полномочия должны предполагать делегирование права принятия решений другим управляющим фирмы.

Существует многое, что могут делать управляющие, преследуя свои интересы. Они, например, могут проводить политику, выставляющую их в наилучшем свете и гарантирующую им продвижение по службе. Недобросовестные управляющие могут принимать решения, способствующие личному обогащению за счет компании, принимая, например, в качестве взяток дорогостоящие бытовые предметы. Управляющих могут больше интересовать дорогостоящие привилегии, такие, как богатые кабинеты, роскошные автомобили и членство в престижных загородных клубах, чем сокращение затрат. Они могут уклоняться от принятия решений, имеющих элементы риска, опасных для их должности, или вступать в конфликты, создавая напряженность внутри компании или на рынке, нанося ущерб максимизации прибыли.

Проблема здесь в том, что акционеры не могут знать, действительно ли управляющие делают все, что в их силах, для максимизации состояния владельцев. Акционеры могут видеть только

результаты действий руководящего аппарата, проявляющиеся на нижнем уровне. Если только акционеры не являются одновременно управляющими (как это имеет место в корпорациях закрытого типа), то они не способны наблюдать за повседневным процессом управления компанией.

Если результаты работы управляющих будут неудовлетворительными, то акционеры, действуя через совет директоров, могут наказать их (лишить премий, не повысить оклад или даже уволить). Но до тех пор, пока результаты остаются удовлетворительными, акционеры не способны установить, действительно ли они получают максимум того, что могут иметь.

Теоретически возможно, что для оценки действий управляющих будет установлена сложная и дорогостоящая интеллектуальная система, способная контролировать их работу. Естественно, что акционеры практически не заинтересованы в таких затратах, а некоторые сторонники агентской модели считают излишним такой повседневный контроль за деятельностью управленческого аппарата. Они указывают на эмпирические данные, свидетельствующие о наличии строгой связи между прибыльностью компании и оплатой исполнителей, считая эти данные достаточным доказательством следующего положения: динамики рынка достаточно для того, чтобы заставить управляющих делать все, что в их силах.

Другие теоретики утверждают, что некоторые затраты неизбежны для акционеров и их наилучшей формой будет поощрение управляющих за их усилия по максимизации состояния акционеров. Оно обычно имеет форму контракта найма на работу, предусматривающего ежегодные премии в прямой зависимости от прибыли фирмы. Премии могут быть увязаны с прибылями текущего года или с характеристиками работы фирмы на несколько предстоящих лет.

Естественно, такой вид распределения прибыли не дает стопроцентной гарантии, что будет достигнута максимальная отдача, поскольку управляющие по-прежнему знают больше владельцев о ходе операций фирмы. Невзирая на премии, они могут работать недостаточно результативно и продолжать пользоваться дорогостоящими привилегиями. Понимая это обстоятельство, акционеры могут разделить риск владения с управляющими, гарантируя им опционы акций. Это позволит теснее увязать интересы управляющих и владельцев акций.

Описанная здесь модель может быть неприменима за пределами Соединенных Штатов. В некоторых странах заработная плата управляющих намного ниже, чем в Соединенных Штатах, а привилегии более щедрые. Законы других стран могут запрещать использование таких инструментов, как опционы акций. В Германии, например, разорительное налоговое законодательство делает опционы акций бессмысленными. В Японии управленческому аппарату запрещается владеть акциями своей компании. Более того, базовое положение о столкновении интересов владельцев акций и управляющих вовсе не учитывается в описываемой далее модели поведения японских компаний, направленной на максимизацию добавленной стоимости.

2.4. Модель максимизации добавленной стоимости (японская модель)

Хотя модель максимизации прибыли может быть применена как в коротком, так и в длительном периоде, фактически фирмы США сосредотачиваются на текущих прибылях. Для удовлетворения акционеров и банкиров данные о прибыли публикуются каждый квартал. Тем самым внимание сосредотачивается на таких финансовых аспектах, как доход на акцию в конкретном периоде, а не на долгосрочных концепциях повышения эффективности от использованных ресурсов или роста.

Сосредоточенная на краткосрочных прибылях, которые удовлетворяют акционеров, такая чрезмерно упрощенная концепция в значительной мере игнорирует интересы наиболее важного продуктивного ресурса фирмы - ее работников, т.е. конкретно тех, кто делает возможным получение прибыли. Управленческий аппарат часто пытается улучшить финансовую картину и, чтобы уменьшить затраты, сокращает заработную плату работникам, в то время как профсоюзы, защищая их интересы, требуют повышения заработной платы и предоставления дополнительных льгот. Подобное предпочтение краткосрочных прибылей в

значительной мере является причиной тех враждебных отношений, которые существуют между американскими управляющими и рядовыми сотрудниками.

Напротив, только немногие японские фирмы используют при управлении фирмой такой близорукий подход (максимизацию текущего квартального дохода на акцию). Вместо этого они пытаются максимизировать добавленную стоимость своей производственной деятельности. Компания покупает исходные материалы (товары и услуги) у внешних поставщиков. Стоимость добавляется к этим материалам в результате согласованной деятельности управляющих и рабочих, использующих активы компании для преобразования исходных материалов в ее конечный продукт. Добавленная стоимость вычисляется как разность между продажами компании за определенный период и издержками на товары и услуги, приобретенные у внешних поставщиков. Тем самым добавленная стоимость включает труд, управление, капитал, затраты и прибыль.

Модель добавленной стоимости - это долгосрочная концепция, направленная на максимизацию выгоды всех участников: управляющих, рабочих, поставщиков и акционеров. Ее исходная философия состоит в том, что основная цель частной корпорации состоит в вознаграждении своих работников (как управляющих, так и рядовых сотрудников). Вознаграждение включает в себя не только увеличенную заработную плату, жалование и дополнительные привилегии, но также и удовлетворение, получаемое от изготовления высококачественного продукта. Жалование управленческого аппарата, заработная плата сотрудников и другие затраты на содержание персонала являются неотъемлемой частью полной добавленной стоимости. Тем самым управление и труд не будут противниками, напротив, они будут партнерами, преследующими общую цель — максимизацию добавленной стоимости.

Если максимизация добавленной стоимости становится целью, то как управляющие, так и рабочие начинают остро осознавать, что их личные интересы неразрывно связаны со способностью фирмы конкурировать на мировых рынках. Тогда все они будут стремиться к сокращению затрат и увеличению продаж, вместе искать пути повышения производительности труда, эффективности инвестиций. Совместно они будут проектировать и производить инновационную продукцию для мировых рынков.

Каждый работник и акционер фирмы, максимизирующей добавленную стоимость, знает, что независимо от экономических условий постоянным инвестициям в производственные мощности и оборудование, в исследования и разработки, в развитие рынка должен быть отдан приоритет. Если это становится им, то все необходимые и согласованные инвестиции будут финансироваться за счет временного ограничения роста заработной платы, жалования и дивидендов акционеров. Если возникает необходимость сократить вознаграждение работникам, то первым будет сокращено жалование старшему управленческому персоналу. Таким способом японские автомобилестроители и другие японские компании, невзирая на экономические условия, год за годом стремятся максимизировать добавленную стоимость.

Американские трудности с японской моделью

Японская модель базируется на культуре этой страны, в основе которой лежит понимание значения гармоничных и согласованных отношений между членами семьи, между работниками и управляющими, между правительством и бизнесом. Эти культурные ценности, видимо, проявились в твердой приверженности практике максимизации добавленной стоимости. Они также помогают объяснить успех японских фирм в координации основных функций производства, исследований и разработок, маркетинга. Такая координация требует корпоративной среды, стимулирующей обучение, дружеские отношения и твердую приверженность всех работников корпоративным целям.

К сожалению, за редким исключением американские управляющие часто ставят знак равенства между лидирующей ролью корпорации и личной властью. Они видят себя в роли абсолютных монархов своей компании, обладающих всеобъемлющим правом принятия решений. Слишком часто в американских компаниях управление осуществляется путем противопоставления одного центра прибылей или затрат другому или одной личности другой.

Слишком часто каждый сегмент компании располагает собственным бюджетом и реализует его без учета последствий для фирмы в целом. От управляющих производством могут требовать сокращения затрат любыми доступными способами. В результате одна американская компания за другой переводят свое производство из Соединенных Штатов в страны с более низкой нормой заработной платы. Это может быть самым простым решением в ближайшей перспективе, но однако имеет негативные последствия для промышленности в целом с учетом отдаленных последствий, ибо ведет к разрушению производственной базы.

Во многих американских фирмах сиюминутные[^]финансовые решения ставятся во главу угла в ущерб решениям о стратегических инвестициях. Внимание сосредоточивается на финансовом контроле, необходимом для выполнения бюджетных заданий по краткосрочным прибылям. Японские фирмы, напротив, отдают приоритет стратегическим решениям, что дает им возможность быстро приспосабливаться к инновационным рыночным переменам. Когда фирма, максимизирующая прибыль, вступает в прямую конкуренцию с фирмой, максимизирующей добавленную стоимость, ее шансы невелики.

Почему мы руководствуемся моделью максимизации прибыли?

Каждая из моделей, рассмотренных в данной главе, построена на различных исходных предположениях относительно целей фирмы. Наша способность предсказать или объяснить схему управленческого поведения фирмы и процессов выработки решений зависит от того, какую модель мы выберем. Гармоничная организация корпорации, воплощенная в модели максимизации добавленной стоимости (японская модель), видимо, наиболее перспективная и потому заслуживает серьезного изучения американскими фирмами. Однако в данном издании мы преимущественно используем модель максимизации прибыли, ибо из всех рассмотренных моделей она в наилучшей мере позволяет объяснить и предсказать поведение подавляющего большинства американских фирм.

Однако у модели максимизации прибыли много критиков.

Их основные аргументы можно свести к следующим:

1. максимизация прибыли - это не самое рациональное действие, которое может предпринять управляющий;
2. в реальном мире управляющие не располагают полной информацией по спросу, затратам, а также прогнозом на будущее, необходимыми для максимизации прибыли;
3. в современной фирме управляющие, помимо получения прибыли, преследуют много иных целей;
4. поскольку в современной корпорации владение отделено от управления, управляющие больше заинтересованы в максимизации собственного благополучия, чем в максимизации прибыли;
5. политика, направленная на максимизацию прибыли, ведет к повышению риска и нестабильности, чего всегда опасаются управляющие. Поэтому не склонные к риску управляющие уклоняются от политики максимизации прибыли.

Сторонники модели максимизации прибыли выдвигают в ответ три главных аргумента:

1. существует слишком мало эмпирических свидетельств, подтверждающих справедливость любой из рассмотренных в этой главе моделей, включая модель максимизации прибыли;
2. что бы ни говорили управляющие относительно мотивов своего поведения, если они действуют так, словно пытаются максимизировать прибыль, то модель максимизации прибыли будет справедлива;
3. когда существует сильная конкуренция, фирма, не максимизирующая свою прибыль, погибает.

В подтверждение этих аргументов можно выдвинуть по меньшей мере пять положений.

1. Без прибыли невозможно выжить в условиях конкуренции. Необходимо учитывать сильную конкуренцию, с которой встречаются фирмы не только на рынке, где они продают свои товары, но и на финансовом рынке, где они получают кредиты. Чем выше прибыль фирмы, тем ей легче удержаться на обоих рынках. Соответственно, действует тенденция к погоне за максимальными прибылями.

2. Вознаграждение управляющих тесно увязано с прибылью. Недавние исследования показали, что разрыв между интересами владельцев и управляющих скорее кажущийся, чем реальный. Более того, около 40% акций корпораций принадлежит финансовым учреждениям, и эта доля постоянно растет. Эти учреждения имеют все необходимое для вмешательства в управление корпорацией. Руководители корпораций хорошо знают об этих возможностях, и это дает сильный стимул к максимизации прибыли.

3. Модель максимизации прибыли наилучшим образом объясняет и прогнозирует поведение фирмы. Предположение о том, что поведение управляющих определяется их стремлением к максимальным прибылям, возможно, слишком упрощает многогранные задачи корпорации. Однако это будет несущественным до тех пор, пока основанная на нем модель позволяет понять и предсказать поведение коммерческой фирмы.

4. Модель максимизации прибыли исключительно удобна для анализа затрат. Прежде чем управляющий примет решение, максимизировать ли ему прибыль или двинуться в ином направлении, он должен сопоставить затраты с предполагаемой выгодой.

5. Модель максимизации прибыли позволяет глубже понять соотношение между затратами и выгодами при долгосрочном и краткосрочном планировании. Это становится особенно заметным при решении вопросов, связанных с социальной ответственностью фирмы перед обществом. Стремление фирмы к прибыли часто сдерживается ее обязанностями перед обществом. Большая их часть определяется правительством, однако в отдельных случаях руководители фирмы по собственной инициативе принимают на себя социальную ответственность. Здесь, однако, встает вопрос: как долго фирма будет нести тяготы социальных программ, не получая взамен соизмеримых выгод, особенно в краткосрочной перспективе?

Некоторые предусмотрительные фирмы, не отказываясь от своих целей максимизации прибыли, приступают к исполнению программ, направленных на получение отдаленных выгод как для себя, так и для общества в целом. Такие фирмы в определенных пределах жертвуют частью своих краткосрочных прибылей, чтобы гарантировать максимизацию прибыли в перспективе.

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Институциональная природа фирмы: Виды фирм по типу построения внутренней структуры управления: обзорная классификация.
2. Рыночный спрос: объем спроса, функция спроса, цена спроса и кривая спроса. Прямая и обратная функции спроса. Детерминанты рыночного спроса. Изменения величины спроса и изменения в спросе, их графическая интерпретация. Индивидуальный и рыночный спрос
3. Потребительский выбор и нефункциональный спрос. Виды нефункционального спроса.
4. Экономические потребности. Варианты классификаций потребностей.
5. Теория предельной полезности: кардиналистский (количественный) подход. Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности и спроса.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Экономическая концепция эластичности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Другие показатели эластичности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Текст лекции.

Тема 1. Экономическая концепция эластичности

1. Понятие рыночного спроса

Рыночный спрос характеризует общий объем спроса всех потребителей при каждой данной цене данного блага.

Суммарная рыночная кривая спроса образуется в результате сложения по горизонтали индивидуальных кривых спроса (рис. 12.2).

Зависимость рыночного спроса от рыночной цены определяется посредством суммирования объемов спроса всех потребителей при данной цене.

Графический способ суммирования объемов спроса всех потребителей изображен на рис. 12.2.

Необходимо иметь в виду, что на рынке функционируют сотни и тысячи потребителей и объем спроса каждого из них может быть представлен в виде точки. В таком варианте точка спроса А показывается на кривой DD (рис. 12.2, в).

Кривая спроса у каждого потребителя своя, т. е. она отличается от кривых спроса других потребителей, ибо люди неодинаковы. Некоторые имеют высокий доход, а другие - низкий. Некоторые желают кофе, а другие - чай. Чтобы получить общую рыночную кривую, необходимо рассчитать общую сумму потребления всех потребителей при каждом заданном уровне цены.

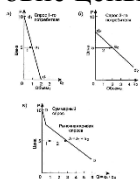


Рис. 12.2. Построение рыночной кривой на основе индивидуальных кривых спроса

Кривая рыночного спроса, как правило, имеет меньший наклон в сравнении с кривыми индивидуального спроса, что означает, что при понижении цены блага объем рыночного спроса увеличивается в большей степени, чем объем спроса отдельного потребителя.

Рыночный спрос может быть рассчитан не только графическим способом, но и посредством таблиц и аналитическим методом.

Основными факторами рыночного спроса являются:

доходы потребителей;

предпочтения (вкусы) потребителей;

цена данного блага;

цены товаров-заменителей и дополняющих благ;

количество потребителей данного блага;

численность населения и его возрастная структура;

распределение доходов среди демографических групп населения;

внешние условия потребления;

реклама;

стимулирование сбыта;

размер домашнего хозяйства, зависящий от количества проживающих вместе людей.

Например, тенденция к сокращению размеров семьи приведет к увеличению спроса на квартиры в многоквартирных домах и сокращению спроса на отдельные дома.

2. Эластичность спроса

Эластичность - степень реагирования одной переменной величины в ответ на изменение другой, связанной с первой величиной.

Понятие "эластичность" ввел в экономическую литературу А. Маршалл (Великобритания), его идеи были развиты Дж. Хиксом (Великобритания), П. Самуэльсоном (США) и др.

Способность одной экономической переменной реагировать на изменение другой может быть проиллюстрирована различными методами, исходя из выбранных единиц измерения. В целях унификации выбора единиц измерения используется метод измерения в процентах.

Количественную меру эластичности можно выразить посредством коэффициента эластичности.

Коэффициент эластичности - это числовой показатель, показывающий процентное изменение одной переменной в результате однопроцентного изменения другой переменной. Эластичность может изменяться от нуля до бесконечности.

Виды эластичности. Выделяют следующие виды эластичности:

эластичность спроса по цене;
 эластичность спроса по доходу;
 эластичность предложения по цене;
 перекрестная эластичность спроса по цене;
 точечная эластичность спроса;
 дуговая эластичность спроса;
 эластичность соотношения цен и заработной платы;
 эластичность технического замещения;
 эластичность прямой линии.

Формы эластичности. Эластичность спроса по цене выступает в следующих основных формах:

эластичный спрос ($ED > 1$). Ситуация, при которой величина спроса изменяется в большей степени, чем цены. Например, рост цены на 1% вызывает снижение величины спроса на 4%;

неэластичный спрос ($ED < 1$). Ситуация, при которой величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цены на 1% приводит к снижению спроса лишь на 0,3%;

единичная эластичность спроса ($ED = 1$). Она возникает в том случае, когда на каждый 1% изменения цены количество спроса изменяется на 1%;

совершенно эластичный спрос ($ED = \infty$). Ситуация, при которой величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. В этом случае кривая спроса строго горизонтальна;

совершенно неэластичный спрос ($ED = 0$). Ситуация, при которой величина спроса абсолютно не меняется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной кривой спроса.

Деление эластичности на указанные формы достаточно условно, поскольку разные блага имеют разный коэффициент эластичности. Так, основные продукты питания имеют низкую эластичность спроса по цене. А предметы роскоши, наоборот, обладают более высокой эластичностью по цене. Эластичность может изменяться в зависимости от фактора времени, от групп населения, от наличия товаров-субститутов.

Нельзя отождествлять эластичность и наклон кривой спроса, ибо это разные понятия. Различия между ними можно проиллюстрировать на эластичности прямой линии спроса (рис. 13.1).

На рис. 13.1 мы видим, что прямая линия спроса в каждой точке имеет одинаковый наклон. Однако выше середины спрос эластичный, ниже середины спрос неэластичный. В точке, расположенной посередине, эластичность спроса равна единице.

Об эластичности спроса можно судить по наклону только вертикальной или горизонтальной линии.

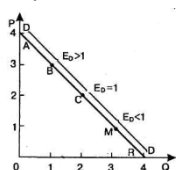


Рис. 13.1. Эластичность и наклон - разные понятия

Эластичность предложения выступает в следующих основных формах:

эластичное предложение, когда объем предложения изменяется на больший процент, чем цена. Эта форма характерна для долгого периода;

неэластичное предложение, когда объем предложения изменяется на меньший процент, чем цена. Эта форма характерна для короткого периода;

абсолютно эластичное предложение присуще долгому периоду. Кривая предложения строго горизонтальна;

абсолютно неэластичное предложение характерно для текущего периода. Кривая предложения строго вертикальна.

Основные формы перекрестной эластичности спроса:

положительная, характерна для взаимозаменяемых благ;
отрицательная, присуща взаимодополняемым благам;
нулевая, свойственна благам, не относящимся ни к взаимозаменяемым, ни к взаимодополняемым.

Основные формы эластичности спроса по доходу:

положительная, при которой объем спроса увеличивается с увеличением дохода. Эта форма относится к нормальным товарам, в частности к предметам роскоши;

отрицательная, при которой объем спроса сокращается с сокращением дохода. Эта форма характера для низших товаров, выступающих в виде некачественных благ;

нулевая, когда объем спроса не реагирует на изменение дохода. Она присуща благам, потребление которых нечувствительно к доходам. Это товары первой необходимости.

Основные формы использования эластичности в микроэкономическом анализе:

анализ поведения потребителя;

определение ценовой политики фирмы;

определение стратегии фирм и деловых предприятий, максимизирующей их прибыль;

выработка мероприятий государственного регулирования экономики, особенно политики занятости населения;

разработка структуры налогообложения;

прогнозирование изменений в расходах потребителей и в доходах продавцов из-за изменения цены благ.

3. Прогнозирование спроса

Прогнозирование спроса - это научно обоснованное предсказание развития рынка во времени на основе изучения причинно-следственных связей, тенденций и закономерностей.

Прогнозирование спроса в торговом предприятии — это прогноз будущих продаж, определение потребности в товарах и необходимых объемов закупок, составление заказов на поставку товаров.

В зависимости от времени различают следующие виды прогнозирования спроса:

оперативное — до 1 месяца;

конъюнктурное — от 3 до 6 месяцев;

краткосрочное — от 1 года до 2 лет;

среднесрочное — от 2 до 5 лет;

долгосрочное — от 5 до 10 лет;

перспективное — свыше 10 лет.

Методы прогнозирования спроса

Прогнозирование спроса осуществляется с помощью различных методов, которые подразделяют на:

эвристические, в которых преобладают субъективные начала:

социологические — основаны на опросах конечных покупателей, выявлении их мнений и намерений;

экспертные методы — основаны на подборе и формировании группы достаточно компетентных специалистов, которые высказывают свое мнение на основе знаний, опыта, интуиции, и оно рассматривается как экспертная оценка (метод Дельфи, метод мозгового штурма);

экономико-математические, где преобладают объективные начала:

статистические методы — моделирование (строится прогнозная модель, которая характеризует зависимость изучаемого параметра от ряда факторов), расчет коэффициента эластичности спроса, экстраполяция (базируется на прошлом опыте, который пролонгируется на будущее);

специальные методы (трендовые модели в графическом или математическом виде). Тренд — временной фактор, который характеризует основную тенденцию изменения показателей — учитывают особенности спроса на различные товары (товары длительного пользования —

тестирование рынка, панельные опросы; товары единовременного пользования — метод пробных покупок, повторных покупок).

Тема 2. Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса.

1. Теория и анализ производства

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ФУНКЦИЯ - функция, отображающая зависимость между максимальным объемом производимого продукта и физическим объемом факторов производства при данном уровне технических знаний.

Поскольку объем производства зависит от объема использованных ресурсов, то зависимость между ними может быть выражена в виде следующей функциональной записи:

$$Q = f(L, K, M),$$

где Q - максимальный объем продукции, произведенной при данной технологии и определенных факторах производства;

L - труд; K - капитал; M - материалы; f - функция.

Производственная функция при данной технологии обладает свойствами, которые определяют соотношение между объемом производства и количеством используемых факторов. Для разных видов производства производственные функции различны, тем не менее все они имеют общие свойства. Можно выделить два основных свойства.

1. Существует предел для роста объема выпуска, который может быть достигнут ростом затрат одного ресурса при прочих равных условиях. Так, в фирме при фиксированном количестве машин и производственных помещений имеется предел роста выпуска путем увеличения дополнительных рабочих, поскольку рабочий не будет обеспечен машинами для работы.
2. Существует определенная взаимная дополняемость (комплектарность) факторов производства, однако без уменьшения объема выпуска вероятно и определенная взаимозаменяемость данных факторов производства. Так, для выпуска блага могут быть использованы различные комбинации ресурсов; можно произвести это благо при использовании меньшего объема капитала и большего объема затрат труда, и наоборот. В первом случае производство считается технически эффективным в сравнении со вторым случаем. Однако существует предел того, насколько труд может быть заменен большим объемом капитала, чтобы не сократилось производство. С другой стороны, имеется предел применения ручного труда без использования машин.

В графической форме каждый вид производства может быть представлен точкой, координаты которой характеризуют минимально необходимые для выпуска данного объема продукции ресурсы, а производственная функция - линией изокванты.

Рассмотрев производственную функцию фирмы, перейдем к характеристике следующих трех важных понятий: общего (совокупного), среднего и предельного продукта.

На рис. 22.1, а показана кривая общего продукта (TP), который изменяется в зависимости от величины переменного фактора X. На кривой TP отмечены три точки: B - точка перегиба, C - точка, которая принадлежит касательной, совпадающей с линией, соединяющей данную точку с началом координат, D - точка максимального значения TP. Точка A перемещается по кривой TP. Соединив точку A с началом координат, получим линию OA. Опустив перпендикуляр из точки A на ось абсцисс, получим треугольник OAM, где tg a есть отношение стороны AM к OM, т. е. выражение среднего продукта (AP).

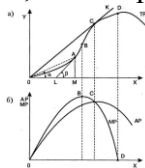


Рис. 22.1. а) Кривая общего продукта (TP); б) кривая среднего продукта (AP) и предельного продукта (MP)

Проведя через точку A касательную, получим угол P, тангенс которого будет выражать предельный продукт MP. Сопоставляя треугольники LAM и OAM, находим, что до определенного момента тангенс P по величине больше tg a. Таким образом, предельный

продукт (MP) больше среднего продукта (AP). В том случае, когда точка А совпадает с точкой В, тангенс Р принимает максимальное значение и, следовательно, предельный продукт (MP) достигает наибольшего объема. Если точка А совпадает с точкой С, то значение среднего и предельного продукта равны. Предельный продукт (MP), достигнув максимального значения в точке В (рис. 22, б), начинает сокращаться и в точке С пересечется с графиком среднего продукта (AP), который в этой точке достигает максимального значения. Затем и предельный, и средний продукт сокращаются, но предельный продукт уменьшается опережающими темпами. В точке максимума общего продукта (TP) предельный продукт $MP = 0$.

Мы видим, что наиболее эффективное изменение переменного фактора Х наблюдается на отрезке от точки В до точки С. Здесь предельный продукт (MP), достигнув своего максимального значения, начинает уменьшаться, средний продукт (AP) еще увеличивается, общий продукт (TP) получает наибольший прирост.

В теории маржинального анализа (анализа безубыточности) выделяется такое понятие, как маржинальный доход, рассчитываемый в целом по предприятию как разность между выручкой и совокупными переменными затратами. Для единичного изделия маржинальный доход рассчитывается как разница между ценой реализации и удельными переменными затратами на единицу продукции.

Маржинальный анализ призван обеспечить объективную оценку состояния резервов производства и степени их использования, очевидный реальный дефицит или избыток ресурсов. На базе операционного анализа разрабатываются пути мобилизации резервов, возможности их ресурсного и финансового обеспечения.

Экономический смысл маржинального дохода заключается в том, что он обеспечивает покрытие постоянных затрат и формирует чистую прибыль от основной деятельности предприятия. Маржинальный доход (прибыль) – это предельная прибыль, которую может получить предприятие от производства и продажи каждого вида продукта.

Концепция маржинального дохода вписывается в метод управления и учета затрат, получивший название директ-костинг. Суть данного метода состоит в том, что к себестоимости относятся только прямые затраты, накладные же расходы, не зависящие от объема продаж, в себестоимость продукции не включаются, а периодически списываются на финансовый результат.

Основной смысл данной концепции в том, что самая точная калькуляция не та, в которую после трудоемких расчетов и распределения накладных расходов в соответствии с принятой на предприятии базой включаются все затраты предприятия, а та, в которую вносятся издержки, непосредственно обеспечивающие выпуск данной продукции.

В практической деятельности зачастую возникает ситуация, когда в выпускаемом предприятием ассортименте существуют отдельные продукты с отрицательной рентабельностью по себестоимости, но имеющие положительный маржинальный доход. Такие продукты полностью покрывают переменные затраты, связанные с их производством, и часть общих постоянных затрат предприятия.

Более глубокий анализ эффективности выпускаемой продукции с использованием понятия маржинального дохода показывает, что снятие с производства продукта с отрицательной рентабельностью по себестоимости не всегда оказывается оправданным и зачастую приводит к парадоксальным на первый взгляд результатам в виде снижения прибыли предприятия в целом.

Как правило, в операционном анализе наиболее часто используются следующие показатели: Коэффициент маржинального дохода; Коэффициент изменения валовых продаж; Коэффициент валового дохода; Коэффициент операционной прибыли; Прибыльность продаж.

1. Коэффициент маржинального дохода, который рассчитывается как отношение маржинального дохода к выручке:

$$\text{КМД} = (\text{выручка} - \text{совокупные переменные затраты}) / \text{выручка}$$

Данный коэффициент показывает в выручке долю, идущую на покрытие постоянных затрат и обеспечение прибыли. Рост данного коэффициента является положительным фактором, он

возможен за счет повышения отпускных цен или снижения переменных затрат. Возможна ситуация, при которой выручка у предприятия

2. Коэффициент изменения валовых продаж. Показатель характеризует изменение объема валовых продаж текущего периода по отношению к объему валовых продаж предыдущего периода. Рассчитывается по формуле:

$$\text{КВП} = (\text{Выручка за текущий год} - \text{Выручка за прошлый год}) / \text{Выручка за прошлый год}$$

Следует иметь в виду то что, данный показатель содержит в себе инфляционную компоненту, что приводит к некоторому искажению значений данного показателя.

3. Коэффициент валового дохода (или коэффициент валовой маржи). Валовой доход (сумма для покрытия постоянных затрат и формирования прибыли) определяется как разница между выручкой и переменными затратами. Формула расчета:

$$\text{КВД} = \text{Валовой доход} / \text{Выручка от реализации}$$

Коэффициент валового дохода (валовой маржи) служит для оценки прибыльности продаж предприятия. По определению, валовой доход должен покрыть издержки, связанные с общим управлением компании и реализацией готовой продукции и, кроме того, обеспечить прибыль предприятию.

Иными словами коэффициент способность менеджмента компании управлять производственными издержками. Чем выше этот показатель, тем успешнее менеджмент предприятия управляет производственными издержками.

4. Коэффициент операционной прибыли (операционной маржи), характеризует отношение операционной прибыли, т.е. валового дохода за вычетом общих, административных и реализационных издержек, к объему продаж. Коэффициент рассчитывается по формуле:

$$\text{КОП} = \text{Операционная прибыль} / \text{Выручка от продаж}$$

Данный показатель показывает, насколько эффективна собственно производственная деятельность предприятия.

5. Прибыльность продаж или коэффициент чистой прибыли, формула расчета имеет вид:

$$\text{КПП} = \text{Чистая прибыль} / \text{Выручка от реализации}$$

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Индексы цен, номинального и реального дохода. Индексы цен и реального дохода. Их использование в оценке изменений благосостояния потребителя.
2. Понятие неопределенности и риска. Методы оценки риска: априори, апостериори.
3. Функция полезности и вероятности. Расчет предполагаемой стоимости инвестиционного проекта.
4. Риск и убывающая предельная полезность. Отношение к риску со стороны разных экономических агентов.
5. Рыночное предложение: объем предложения, функция предложения, цена предложения и кривая предложения. Прямая и обратная функции предложения. Детерминанты рыночного предложения. Изменения объема предложения и изменения в предложении, их графическая интерпретация. Индивидуальное и рыночное предложение.
6. Сходство и различие микроэкономической теории потребления и теории производства.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Производственная функция	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Текст лекции.

Тема 1-2. Производственная функция. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.

1. Производственная функция в краткосрочном и долгосрочном периоде.
2. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства.
3. Формы производственной функции, статистические методы их оценки.
4. Значение производственных функций в принятии управленческих решений.
5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.
6. Виды издержек: альтернативные и прямые, невозвратные и дополнительные.

7. Издержки и производство, общие переменные и маргинальные издержки. Функция издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде.

8. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба.

Вопрос 1. Производственная функция в краткосрочном и долгосрочном периоде Теория производства изучает, прежде всего, соотношение между количеством применяемых ресурсов и объемом выпуска. Методологически теория производства во многом симметрична теории потребителя с тем лишь отличием, что основные ее категории имеют не субъективно-психологическую, а объективную природу и могут быть измерены, в определенных единицах. Для того чтобы описать поведение фирмы, необходимо знать, какое количество продукта она может произвести, используя ресурсы в тех или иных объемах. Исходным пунктом такого анализа служит производственная функция. Она была разработана в 1890 г. английским математиком А. Бери, помогавшим А. Маршаллу при подготовке математического приложения к работе «Принципы экономической науки». Производственная функция – это функция, описывающая зависимость количества продукта, которое может произвести фирма, от объема затрат ресурсов. Производственная функция во многом похожа на функцию полезности в теории потребителя. Это объясняется тем, что по отношению к ресурсам фирма ведет себя как потребитель, и производственная функция характеризует именно эту сторону производства – производство как потребление. Производственной функции присущи наиболее общие свойства функции полезности. Она описывает множество технически эффективных способов производства (технологий). Каждая технология характеризуется определенной комбинацией ресурсов, необходимых для получения единицы продукции. В теории производства традиционно используется двухфакторная производственная функция, в которой объем производства – функция использованных ресурсов труда и капитала. Краткосрочная производственная функция является только функцией от труда (либо капитала, в зависимости от технологии), поскольку капитал в этом случае становится постоянным параметром: Существует определенный предел роста объема производства при увеличении одного фактора, в то время как остальные факторы остаются постоянными. Это свойство получило название закона убывающей производительности, или убывающей отдачи. Этот закон характерен для производственной функции в краткосрочном периоде с одним переменным фактором, при этом какая-то часть вводимых факторов производства не изменяется (остается постоянной). В долгосрочном периоде все вводимые ресурсы являются переменными факторами производства, т. е. при изменении любого из них, уровень выпуска продукции должен меняться. Вопрос 2. Закон убывающей отдачи и его связь с тремя стадиями производства В теорию производства вводятся понятия краткосрочного и долгосрочного периодов. Краткосрочный период – период производства, в течение которого определенные производственные ресурсы не могут быть изменены, например, ограничение производственных мощностей. Долгосрочный период – период времени, в течение которого производители могут изменить все факторы производства, используемые для изготовления продукта. В краткосрочном периоде при данном уровне технологии производства и сохранении на постоянном уровне прочих факторов производства дополнительная единица единственного переменного фактора ведет к возрастанию выпуска продукции на единицу вводимого фактора производства вплоть до некоторой точки. Но, в конце концов, по мере увеличения абсолютного значения переменного фактора достигается такая точка, за пределами которой дальнейший прирост переменного вводимого фактора производства ведет к сокращению дохода на дополнительную единицу вводимого фактора производства. Другими словами, начинает действовать закон убывающей отдачи от введения переменного фактора. Действию закона убывающей отдачи починяются: 1. Соотношение между общим выпуском продукции и предельным продуктом. Предельный продукт (MP) – это рост общего продукта в связи с увеличением применения данного ресурса на единицу; 2. Соотношение между средним выпуском продукции и предельным продуктом. Исходя из динамики среднего и предельного продукта, можно рассмотреть три стадии производства в краткосрочном периоде.

I – стадия роста, становления, когда очень резко начинает расти TP (общий продукт), увеличивается AP (средний продукт), а MP достигает максимума. Рациональный предприниматель не задержится на данной стадии производства, так как привлечение дополнительной единицы переменного ресурса увеличивает общий продукт. II – стадия стабильной работы фирмы, она предпочитает работать в данном диапазоне объема используемого ресурса, когда предельный продукт данного ресурса положительный, т. е. имеется положительный прирост выпуска продукции. III – стадия неэффективного производства, так как функция предельного продукта становится отрицательной и общий выпуск продукции убывает. На этой стадии выпуск продукции представляется совершенно нерациональным. Объем применения ресурса, при котором достигается максимум среднего продукта, называется экстенсивным пределом его участия в производстве; при достижении нулевого предельного продукта имеет место интенсивный предел участия ресурса в производстве. Способность распознавать технологические пределы важна при определении момента, когда данная технология, машина, процесс устаревают. Закон убывающей отдачи переменного фактора действует только в краткосрочный период и используется для определения условий минимизации издержек. Объем выпуска продукции, при котором достигаются AC_{min} , называется производственной мощностью фирмы.

Вопрос 3. Формы производственной функции, статистические методы их оценки

Линейную зависимость выпускаемой продукции от используемых ресурсов представляет линейная производственная функция: Производственная функция Леонтьева также называется производственной функцией с фиксированными пропорциями, так как предполагается, что соотношение между используемыми ресурсами – фиксированная величина. Типичной формой производственной функции долгосрочного периода является функция Кобба-Дугласа, находящаяся между крайними значениями, представляемыми линейной и леонтьевской функциями, и имеющая вид: где A , a , b – положительные постоянные коэффициенты, характеризующие технологию производства; L , K – количество применяемых ресурсов труда и капитала. В производственной функции Кобба-Дугласа устанавливается нелинейная зависимость между объемом выпускаемой продукции и используемыми ресурсами, отсутствует фиксированность соотношения между используемыми ресурсами, а также предполагается, что ресурсы могут в определенной степени замещать друг друга. Статистика обычно определяет эти коэффициенты для отдельных отраслей. Каждый из показателей степени меньше единицы. Степенные показатели отражают, на сколько процентов увеличится продукция, если увеличить на 1 % соответственно количество капитала и труда, каждый раз оставляя количество другого фактора фиксированным. Величина A есть коэффициент пропорциональности и ее можно трактовать также как величину, учитывающую все качественные факторы производства.

Вопрос 4. Значение производственных функций в принятии управленческих решений

Расширение производства возможно различными путями. При сохранении неизменной технической базы увеличить выпуск можно за счет увеличения объемов всех видов ресурсов. При этом происходит увеличение масштаба производства. Для анализа увеличения масштабов используется понятие отдачи от масштаба. При убывающей отдаче от масштаба невыгодно создавать крупное производство. Причиной низкой эффективности в таком случае, как правило, являются дополнительные затраты, связанные с управлением подобным производством, сложности координации крупного производства. Возрастающая отдача от масштаба, как правило, характерна для тех производств, где возможна широкая автоматизация производственных процессов, применение поточных и конвейерных линий. Но с тенденцией возрастающей отдачи от масштаба нужно быть очень осторожным. Рано или поздно она превращается в постоянную, а затем и в убывающую отдачу от масштаба. Степенные производственные функции, включая функции типа Кобба Дугласа, обладают ценным свойством, а именно: их эластичность по отношению к любому переменному вводимому фактору производства численно равна величине показателя степени конкретной степенной функции. Более того, сумма показателей степеней всех переменных данной степенной функции представляет собой численное значение эластичности уровня

выпуска продукции, которая в свою очередь, измеряет эффект масштаба. По этой причине функция Кобба – Дугласа используется во многих исследованиях, связанных с оценкой экономической эффективности увеличения масштаба производства. Многие из этих исследований подтверждают вывод о том, что существует очень широкий диапазон размеров предприятий (производств), для которых характерна неизменность эффекта масштаба, т. е. отсутствие увеличения экономической эффективности при расширении этих производств.

Вопрос 5. Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях. Существуют два подхода к трактовке издержек, каждый из которых имеет свою область применения. Согласно первому из них, издержки определяются как стоимость израсходованных ресурсов в фактических ценах их приобретения. Эти издержки экономисты называют бухгалтерскими (явными). Согласно второму подходу – как стоимость других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном использовании тех же ресурсов. В этом случае говорят об альтернативных издержках (цене выбора). Для оценки деятельности фирмы определяющее значение имеет категория альтернативных издержек. Эти издержки представляют одно из фундаментальных понятий экономической теории. Альтернативные издержки возникают в условиях ограниченных ресурсов, и поэтому все желания людей не могут быть удовлетворены. Если бы ресурсы были безграничны, то ни одно действие не осуществлялось бы за счет другого, т. е. альтернативные издержки любого действия были бы равны нулю. Очевидно, что в реальных условиях при ограниченных ресурсах альтернативные издержки положительны. Строго говоря, под издержками в экономической теории всегда понимаются альтернативные издержки, и поэтому бухгалтер и экономист вполне могут по-разному определить издержки некоторого действия. Для бухгалтера имеют значение денежные расходы на ресурсы, необходимые для производства продукции. Для экономиста эти денежные расходы могут быть неточным отражением альтернативных издержек на приобретение ресурсов, если по каким-то причинам рынок не обеспечивает оценку этих ресурсов по самой высокой стоимости их альтернативного использования. Кроме того, экономист стремится учесть все выгоды, принесенные в жертву благодаря данному действию. Распространенным примером альтернативных издержек являются издержки фирмы, управляемой ее владельцем и использующей помимо внешних факторов производства время производителя, его организаторские и управленческие способности (в совокупности называемые предпринимательством). Труд собственника может быть продан другим производителям, и жалование, которое может быть получено в другом месте, является альтернативными издержками использования указанных выше способностей в фирме, управляемой ее владельцем. Помимо издержек, связанных с использованием предпринимательских способностей и труда собственника, существуют также издержки, для подсчета которых надо оценить выгоду, упущенную из-за не самой высокой эффективности применения собственных денежных средств, станков, оборудования, зданий и т. п. Бухгалтерские издержки вместе с альтернативными издержками составляют общие издержки фирмы.

Вопрос 6. Виды издержек: альтернативные и прямые, невозвратные и дополнительные. Деление издержек на явные и альтернативные является одной из возможных их классификаций. Существуют и другие виды классификации, такие как деление издержек на прямые и косвенные (накладные), невозвратные и дополнительные. Прямые издержки – это такие издержки, которые можно полностью отнести к товару или услуге. К ним относятся: стоимость сырья и материалов, используемых при производстве и реализации товаров и услуг; заработная плата рабочих (сдельная), непосредственно занятых производством товаров; иные прямые затраты (все расходы, которые так или иначе непосредственно связаны с товаром). Косвенные (накладные) издержки – это издержки, не связанные напрямую с тем или иным товаром, а относятся к фирме в целом. Они включают: расходы на содержание административного аппарата, арендную плату, амортизацию, проценты за кредит и т. п. При выработке решений менеджеры выявляют и учитывают только затраты, которые имеют отношение к данному конкретному решению. Под релевантными затратами подразумеваются затраты, влияющие на ситуацию, в которой вырабатывается решение. Составной частью

понятия релевантных затрат является понятие дополнительных затрат, т. е. затрат которые могут измениться в результате принятого решения. Затраты, не меняющиеся в результате принятого решения, называются невозвратными. Если издержки связаны с продолжением производственного процесса в сфере обращения (например, расходы, связанные с доставкой, хранением, реализацией товара, его возможной доработкой, фасовкой), они называются дополнительными издержками обращения. Вопрос 7. Издержки и производство, общие переменные и маргинальные издержки. Функция издержек в краткосрочном и долгосрочном периоде В краткосрочном периоде выделяют общие, постоянные, переменные, средние и предельные затраты. Общие (валовые) затраты (ТС) – это сумма всех затрат для производства данного товара. Постоянные или фиксированные затраты (FC) – это затраты, которые не зависят от объема выпуска продукции. К ним, как правило, относятся арендная плата, расходы на рекламу, обслуживание банковских займов, в некоторых случаях – оплата труда директора и управленческого персонала. Переменные затраты (VC) – это затраты, величина которых зависит от объема выпускаемой продукции. К ним относятся затраты на сырье, топливо и электроэнергию, оплата рабочей силы и т. д. Величину общих затрат можно представить как сумму постоянных и переменных затрат: $ТС = FC + VC$. График общих затрат (ТС) повторяет конфигурацию переменных затрат (VC), поднятую над началом координат на величину постоянных затрат. Любого производителя интересует, во сколько ему обходятся затраты на производство единицы продукции в среднем. Выделяют средние общие затраты (ATC), средние переменные затраты (AVC) и средние постоянные затраты (AFC). Средние постоянные затраты (AFC) – представляют собой постоянные затраты, приходящиеся на единицу продукции. По мере увеличения объема выпуска средние постоянные затраты будут уменьшаться. Они определяются путем деления постоянных затрат на количество выпускаемой продукции: $AFC = FC/Q$ Средние переменные затраты (AVC) – представляют собой переменные затраты, приходящиеся на единицу продукции, и получаются путем деления переменных затрат на объем выпускаемой продукции: $AVC = VC/Q$. Средние общие затраты (ATC) – показывают общие затраты на единицу продукции и определяются по формуле: $ATC = TC/Q = FC/Q + VC/Q = AFC + AVC$. Предельные (маргинальные) издержки (MC) – это дополнительные издержки, связанные с производством дополнительной единицы продукции. Основное отличие затрат фирмы в длительном промежутке времени от краткосрочного периода заключается в том, что все затраты на долгосрочных временных интервалах становятся переменными величинами. Вопрос 8. Кривая производительности, ее значение в снижении издержек. Эффект охвата, его связь с эффектом масштаба. Кривая производительности — это линия, показывающая связь между затратами на оплату труда и дополнительными единицами продукции. Ее отрицательный наклон указывает на то, что дополнительные издержки на единицу продукции снижаются при увеличении уровня выпуска, потому что работники улучшают свои навыки. Снижение издержек благодаря этому источнику улучшения часто называют эффектом кривой производительности. Эффект охвата, возникает при наличии фактора производства, который может быть использован одновременно для выпуска нескольких видов продукции и затраты распределяются на множество различных видов продукции, использующих одно и то же производственное оборудование. Действие двух эффектов: масштаба и охвата позволяет неприбыльным предприятиям преодолеть нижнюю границу рентабельности с помощью специализации, обеспечивающей повышение производительности труда и снижение себестоимости выпускаемой продукции. Концепция затрат и анализ функции затрат имеют первостепенное значение для определения стратегии поведения фирмы на рынке

Источник:

<https://elib.psu.by/bitstream/123456789/19274/3/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%203.pdf?ysclid=lh8tmtavhs213760905>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Эластичность спроса и предложения: понятие, виды эластичности, Методы измерения.

2. Взаимодействие спроса и предложения. Понятие избыточного спроса. Рыночное равновесие и тождественность нулю избыточного спроса. Равновесная цена. Алгебра рыночного равновесия в случае линейных кривых спроса и предложения.
3. Рыночное равновесие по Вальрасу и по Маршаллу. Сопоставление подходов.
4. "Паутинообразная" квазидинамическая модель рыночного равновесия Аллена.
5. Государственное регулирование товарного рынка: воздействие на рыночное равновесие потоварного (индивидуального акцизного) налога, потоварной дотации и фиксированного уровня цены.
6. Влияние потоварного налога (акциза), потоварной дотации, фиксированного уровня цены на излишки потребителей и производителей.
7. Защита национального рынка от иностранной конкуренции. Воздействие импортных квот и тарифов на равновесие рынка благ.
8. Явные (внешние) и неявные (имплицитные) затраты производства. Альтернативные затраты. Экономическая и бухгалтерская прибыль.
9. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация полных текущих издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Риск и неопределенность.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.	Информационная лекция Обзорная лекция

Функции правительства в рыночной экономике.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
---	--

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Текст лекции.

Тема 1-2. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений. Риск и неопределенность.

1. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений.

2. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости.

3. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании.

4. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей.

5. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности.

Вопрос 1. Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений Экономический анализ эффективности инвестиций необходим в тех случаях, когда менеджер фирмы принимает решение о приобретении основного капитала (строительство зданий и сооружений, покупка машин и оборудования с целью расширения производства). Эти решения учитывают расходы денежных средств (издержки) на начальной стадии и их поступление (доходы), которое начинается позже и продолжается в течение длительного периода. На основе экономического анализа эффективности инвестиций, учитывающих оценку будущих потоков денежных средств в различные периоды, менеджер должен привязать их к конкретной временной точке. Приведение к моменту времени в прошлом называют дисконтированием. Дисконтирование – это определение стоимости денежного потока, путем приведения стоимости всех денежных поступлений к определенному моменту времени. Дисконтирование является базой для расчетов стоимости денег с учетом фактора времени, и выполняется путем умножения будущих денежных потоков (потоков платежей) на коэффициент дисконтирования. Дисконтированная стоимость выражает стоимость будущих потоков платежей в значении текущих потоков платежей. Модель дисконтированной стоимости позволяет определить, какой объем финансовых вложений намерен сделать инвестор для получения определенного денежного потока через заданный срок. Расчет дисконтированной стоимости зависит от ставки дисконтирования. С одной стороны ставка дисконтирования – это та норма доходности (в %), которую необходимо получить инвестору на вложенный капитал. Проект является привлекательным для инвестора, если его норма доходности превышает ставку дисконтирования для любого другого способа вложения капитала с аналогичным риском. С другой стороны ставка дисконтирования отражает стоимость денег с учетом временного фактора и рисков, так как деньги, полученные в настоящий момент, более предпочтительны, чем деньги, которые будут получены в будущем. Ставка дисконтирования может включать в себя: – минимальный гарантированный уровень доходности; – темп инфляции; – коэффициент, учитывающий степень риска конкретного инвестирования. Основой для расчета ставки дисконтирования может служить

кредитная ставка для конкретного заемщика или уровень доходности облигаций, имеющих на рынке. Эти показатели нуждаются в существенной корректировке на риски инвестиций в аналогичный бизнес. С помощью дисконтирования менеджер может приводить в соизмеримый вид произведенные затраты и получаемые в разное время доходы, что дает возможность правильно оценить эффективность осуществляемых вложений и сделать выбор в пользу наиболее выгодного инвестиционного проекта.

Вопрос 2. Методы оценки программы капиталовложений: метод чистой дисконтированной стоимости и метод внутреннего коэффициента окупаемости

Метод чистой текущей стоимости (NPV) состоит в следующем.

1. Определяется текущая стоимость затрат (I_0), – решается вопрос, сколько инвестиций нужно зарезервировать для проекта.
2. Рассчитывается текущая стоимость будущих денежных поступлений от проекта, для чего доходы за каждый год CF_t приводятся к текущей дате.
3. Текущая стоимость инвестиционных затрат (I_0) сравнивается с текущей стоимостью доходов (PV). Разность между ними составляет чистую текущую стоимость проекта (NPV). NPV показывает чистые доходы или чистые убытки инвестора от помещения денег в проект по сравнению с хранением денег в банке. Если $NPV > 0$, то можно считать, что инвестиции увеличат доход организации и их следует осуществлять. При $NPV < 0$ доходы от предложенных инвестиций недостаточно высоки, чтобы компенсировать риск, присущий данному проекту (или с точки зрения цены капитала не хватит денег на выплату дивидендов и процентов по кредитам) и инвестиционный проект должен быть отклонен. Если капитальные вложения, связанные с предстоящей реализацией проекта, осуществляют в несколько этапов (интервалов), то расчет показателя NPV производят по следующей формуле: где CF_t – приток денежных средств в период t ; I_t – сумма инвестиций (затраты) в t -ом периоде; r – барьерная ставка (ставка дисконтирования); n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) $t = 1, 2, \dots, n$ (или время действия инвестиции). Внутренняя норма доходности (IRR) – норма прибыли (барьерная ставка, ставка дисконтирования), при которой чистая текущая стоимость инвестиции равна нулю, или это та ставка дисконта, при которой дисконтированные доходы от проекта равны инвестиционным затратам. Внутренняя норма доходности определяет максимально приемлемую ставку дисконта, при которой можно инвестировать средства без каких-либо потерь для собственника. $IRR = r$, при котором $NPV = f(r) = 0$. Ее значение находят из следующего уравнения: где CF_t – приток денежных средств в период t ; I_t – сумма инвестиций (затраты) в t -ом периоде; n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) $t = 0, 1, 2, \dots, n$. Экономический смысл данного показателя заключается в том, что он показывает ожидаемую норму доходности (рентабельность инвестиций) или максимально допустимый уровень инвестиционных затрат в оцениваемый проект. IRR должен быть выше средневзвешенной цены инвестиционных ресурсов: Если это условие выдерживается, инвестор может принять проект, в противном случае он должен быть отклонен.

Индекс доходности (DPI) рассчитывается, как отношение суммы всех дисконтированных денежных потоков (доходов от инвестиций) к сумме дисконтированного инвестиционного расхода. Результатом является дисконтированный индекс доходности. Формула для расчета дисконтированного индекса доходности: где CF_t – приток денежных средств в период t ; I_t – сумма инвестиций (затраты) в t -ом периоде; r – барьерная ставка (ставка дисконтирования); n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) $t = 0, 1, 2, \dots, n$. Срок окупаемости денежных потоков, генерируемых инвестиционным проектом, является важным показателем при инвестировании. Период окупаемости инвестиций – время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Общая формула для расчета срока окупаемости инвестиций: где Ток – срок окупаемости инвестиций; n – число периодов; CF_t – приток денежных средств в период t ; I_0 – величина исходных инвестиций в нулевой период.

Вопрос 3. Стоимость капитала, определение понятия, исчисление стоимости капитала компании

Капитал включает в себя все формы существования активов (природные богатства, средства производства, финансы). В любой своей форме капитал имеет определенную стоимость, уровень которой должен учитываться в процессе его вовлечения в экономический процесс:

- а) Для инвесторов и

кредиторов – требуемая норма доходности на предоставляемый в пользование капитал. б) Для организации – удельные затраты по привлечению и обслуживанию используемых финансовых средств. Рассчитывается по отдельным элементам и по организации в целом средневзвешенная стоимость капитала (ССК). Также рассчитывается предельная стоимость капитала – уровень стоимости каждой новой единицы, дополнительно привлекаемого организацией капитала. Стоимость функционирующего собственного капитала: а) в отчетном периоде: где Пр – сумма чистой прибыли, выплаченная собственникам в процессе ее распределения за отчетный период; СК – средняя сумма собственного капитала в отчетном периоде. б) в плановом периоде: где ПВ – планируемый темп роста выплат прибыли собственникам на единицу вложенного капитала. Стоимость нераспределенной прибыли последнего отчетного периода: Стоимость дополнительно привлекаемого акционерного (паевого) капитала: а) привилегированные акции: где Дпр – сумма дивидендов; Кпр – сумма собственного капитала, привлекаемого за счет эмиссии акций; ЭЗ – затраты по эмиссии акций. б) простые акции: где Ка – количество дополнительно эмитируемых акций; Дпа – сумма дивидендов на 1 простую акцию; ПВ – планируемый темп выплат дивидендов; Кпа – сумма собственного капитала, привлеченного за счет эмиссии простых акций. Стоимость заемного капитала: а) стоимость финансового кредита; б) стоимость капитала, привлекаемого за счет эмиссии облигаций; в) стоимость товарного кредита; г) стоимость внутренней кредиторской задолженности. Стоимость финансового кредита: а) стоимость банковского кредита: где ПК – ставка процента за кредит; Нпр – ставка налога на прибыль; ЗПб – уровень расходов по привлечению кредита. б) стоимость финансового лизинга: где ЛС – годовая лизинговая ставка; НА – годовая норма амортизации актива, привлеченного на условиях финансового лизинга; ЗПфл – уровень расходов по привлечению актива на условиях финансового лизинга. Стоимость капитала, привлекаемого за счет эмиссии облигаций: где СК – ставка купонного процента по облигации; ЭЗо – уровень эмиссионных затрат по отношению к объему эмиссии. Стоимость товарного кредита: где ЦС – ценовая скидка при осуществлении наличного платежа за продукцию; ПО – период предоставления отсрочки платежа за продукцию. Вопрос 4. Риск и неопределенность. Источники делового риска. Расчет различных параметров риска. Измерение степени риска, распределение вероятностей. Риск – это вероятность возникновения убытков или недополучения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом. Риск – объективно неизбежный элемент принятия любого хозяйственного решения; неопределенность – неизбежная характеристика условий хозяйствования. Риск определяет такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий вероятно и может быть количественно оценено; неопределенность – когда вероятность наступления неизвестных событий заранее спрогнозировать и оценить количественно невозможно. Неопределенность характерна для многих решений, которые приходится принимать в быстро меняющихся обстоятельствах. Природа предпринимательского риска определена зависимостью «рискприбыль». Получение прибыли предпринимателем не гарантировано и вознаграждением за затраченное время, усилия, способности могут оказаться как прибыль, так и убытки. Можно выбрать решения, содержащие меньше риска, но при этом меньше будет и получаемая прибыль. Деловой (предпринимательский) риск обусловлен риском операционной деятельности компании, когда она не использует заемных средств. Можно выделить следующие основные факторы, определяющие деловой риск компании: 1) Неустойчивость спроса на товары и услуги компании. Деловой риск компании тем ниже, чем устойчивее спрос на ее товары. 2) Изменчивость цен на товары и услуги компании. Чем стабильнее цены на товары компании, тем ниже деловой риск. 3) Изменчивость цен на используемые ресурсы. Деловой риск тем выше, чем не стабильнее цены на ресурсы, привлекаемые компанией. 4) Способностью компании изменять цены на товары в соответствии с изменениями цен на привлекаемые ресурсы. 5) Доля постоянных издержек в полных издержках компании. Оценка риска – это определение количественным или качественным способом степени риска. Риск измеряется величиной возможных вероятных потерь, поэтому необходимо учитывать случайный характер таких потерь. Вероятность наступления события может быть определена

объективным методом и субъективным. Объективным методом пользуются для определения вероятности наступления события на основе исчисления частоты, с которой происходит данное событие. Субъективный метод базируется на использовании субъективных критериев, которые основываются на различных предположениях. Таким образом, в основе оценки финансовых рисков лежит нахождение зависимости между определенными размерами потерь и вероятностью их возникновения. Эта зависимость находит выражение в строящейся кривой вероятностей возникновения определенного уровня потерь. Для построения кривой вероятностей возникновения определенного уровня потерь (кривой риска) применяются различные способы: Статистический. Суть заключается в том, что изучается статистика потерь и прибылей, имевших место на данном или аналогичном производстве, устанавливаются величина и частотность получения той или иной экономической отдачи, составляется наиболее вероятный прогноз на будущее. Метод экспертных оценок. Обычно реализуется путем обработки мнений опытных специалистов. Он отличается от статистического лишь методом сбора информации для построения кривой риска. Аналитический способ построения кривой риска наиболее сложен, поскольку лежащие в основе его элементы теории игр доступны только очень узким специалистам.

Вопрос 5. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений в условиях риска, адаптированная к риску ставка дисконта. Эквиваленты определенности. Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях реализации проекта, в том числе связанных с ними затратах и результатах. Для учета факторов неопределенности и риска при оценке эффективности проекта используется вся имеющаяся информация об условиях его реализации, в том числе и не выражающаяся в форме каких-либо вероятностных законов распределения. При этом могут использоваться следующие три метода (в порядке повышения точности):

1. Метод проверки устойчивости предусматривает разработку сценариев реализации проекта в наиболее вероятных или наиболее «опасных» для каких-либо участников условиях. По каждому сценарию исследуется, как будет действовать в соответствующих условиях организационно-экономический механизм реализации проекта, каковы будут при этом доходы, потери и показатели эффективности у отдельных участников, государства и населения. Влияние факторов риска на норму дисконта при этом не учитывается.
2. Метод корректировки параметров проекта и экономических нормативов. Предельное значение параметра проекта для некоторого t -го года его реализации определяется как такое значение этого параметра в t -м году, при котором чистая прибыль участника в этом году становится нулевой. Одним из наиболее важных показателей этого типа является точка безубыточности, характеризующая объем продаж, при котором выручка от реализации продукции совпадает с издержками производства.
3. Наиболее точным (но и наиболее сложным с технической точки зрения) является метод формализованного описания неопределенности. Применительно к видам неопределенности, наиболее часто встречающимся при оценке инвестиционных проектов, этот метод включает следующие этапы: 1) описание всего множества возможных условий реализации проекта (либо в форме соответствующих сценариев, либо в виде системы ограничений на значения основных технических, экономических и т. п. параметров проекта) и отвечающих этим условиям затрат (включая возможные санкции и затраты, связанные со страхованием и резервированием), результатов и показателей эффективности; 2) преобразование исходной информации о факторах неопределенности в информацию о вероятностях отдельных условий реализации и соответствующих показателях эффективности или об интервалах их изменения; 3) определение показателей эффективности проекта в целом с учетом неопределенности условий его реализации – показателей ожидаемой эффективности. Основными показателями, используемыми для сравнения различных инвестиционных проектов (вариантов проекта) и выбора лучшего из них, являются показатели ожидаемого интегрального эффекта Эож (экономического – на уровне народного хозяйства, коммерческого – на уровне отдельного участника). Эти же показатели используются для обоснования рациональных размеров и форм резервирования и страхования.

Источник:

<https://elib.psu.by/bitstream/123456789/19274/5/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%BC.pdf?ysclid=lh8tfvrfa3981306828>

Тема 3. Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации.

Функции правительства в рыночной экономике.

1. Функции государства в рыночной экономике.

Многообразие задач, которые стоят перед государством в рыночной экономике определяют выполняемые государством экономические функции. Для решения задач, стоящих перед государством в процессе выполнения этих функций в распоряжении государства имеется ряд инструментов, к важнейшим из которых относятся: фискальная и денежная политика; социальная политика и политика регулирования доходов; внешнеэкономическая политика; и другие.

Основными инструментами государственного регулирования рынка являются:

налоги;

дотации;

фиксированные цены.

Наиболее цивилизованным инструментом государственного регулирования рынка считаются налоги, поскольку они не ограничивают свободу действий экономических агентов и, следовательно, не нарушают функционирования рыночных процессов.

Влияние налогов на рынок можно рассмотреть, например, на введении акцизного налога. Условно возьмем два варианта:

а) налог уплачивают продавцы;

б) налог уплачивают покупатели.

Начнем с первого варианта. Предположим, что введенный налог на каждую единицу блага составил T руб. Допустим, что до введения налога линия спроса занимала положение D_1D_1 , а линия предложения - S_1S_1 . Равновесная цена составляла P_1 (равновесный объем продаж - Q_1 (рис. 5.1).

В результате введения налога произойдет сдвиг линии предложения вверх на величину T , ибо для получения той же суммы выручки продавец будет согласен продать данное благо за цену, которая выше прежней на величину T руб. Линия предложения займет положение S_2S_2 . На рынке устанавливается новое равновесие, при котором объем продаж сократится с Q_1 до Q_2 , цена для покупателей повысится с P - до $P+$. Общая сумма налога, поступающая в госбюджет, будет равна площади прямоугольника $P+ABP-$. Налог, согласно условию этого варианта, уплачивают продавцы, но бремя налога распределяется между продавцами и покупателями. Взнос продавцов равен площади прямоугольника P_1CBP- , а взнос покупателей - $P+ACP_1$.

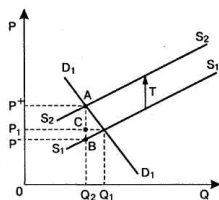


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его продавцами

Второй вариант. Акцизный налог вносят в госбюджет покупатели. Покупатели будут согласны купить тот же объем блага, если его цена без налога будет на T руб. ниже. В таком случае покупатели заплатят цену с включением налога, равную прежней цене. В результате линия спроса переместится вниз на T (рис. 5.2). Новый объем продаж Q_2 , цены $P+$ и $P-$ будут аналогичными варианту, когда налог вносят продавцы. Следовательно, не играет роли тот факт, кто выступает непосредственным плательщиком налога - продавцы или покупатели. Из рис. 5.2 мы видим, что и пропорции в распределении налогового бремени между продавцами и покупателями остаются теми же, что и при уплате налога продавцами.

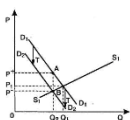


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его покупателями

Распределение налогового бремени между продавцами и покупателями зависит от соотношения в наклонах линий спроса и предложения. Чем больше наклон линии спроса и чем меньше наклон линии предложения, тем большая часть налогового бремени приходится на покупателей и тем меньшая - на продавцов (рис. 5.3, а). Из рис. 5.3, а видно, что взнос покупателей равен площади прямоугольника $P+ACP_1$, а взнос продавцов - P_1CBP_1 . На рис. 5.3, б иллюстрируется противоположное положение, когда большая часть налогового бремени ложится на продавцов и меньшая - на покупателей.

Рассмотрим влияние государственного регулирования рынка посредством дотаций.

Дотация - это отрицательный налог, или "налог наоборот". Дотация устанавливается или в процентах к цене блага, или в абсолютной сумме на единицу блага. Дотации, как правило, получают производители, но могут получать и потребители.

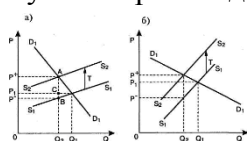


Рис. Воздействие акцизного налога на равновесный объем рынка в зависимости от наклонов линий спроса и предложения

Предположим, что линия спроса и линия предложения вначале занимали положения соответственно D_1D_1 и S_1S_1 . Равновесный объем продаж был равен Q_1 а равновесная цена - P_1 (рис. 5.4).

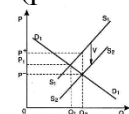


Рис. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации

Допустим, что введена дотация из госбюджета производителям данного блага размером V руб. на каждую единицу. В результате произойдет сдвиг линии предложения вниз на V руб., поскольку дотация продавцам будет равнозначна снижению их издержек. Ранее производители были согласны продать объем блага, если цена без дотации будет на V руб. ниже P_1 . В этом случае объем продаж возрастет до Q_2 , цена для покупателей понижается до P_2 , цена, получаемая производителями, повышается до P_+ .

Как и при налогообложении, полученная дотация не полностью поступает в распоряжение производителей. Им достанется только ее часть, другая часть поступит в бюджет покупателей.

Аналогичным будет результат и в случае, когда дотацию получают покупатели. Отличие состоит только в сдвиге на ту же величину V руб. линии спроса, а не линии предложения.

Менее пригодным средством государственного воздействия на рынок является установление государством фиксированных цен, ибо это затрагивает действие рыночных механизмов, модифицируя процесс достижения равновесного состояния.

Установление государством фиксированных цен. Здесь в распоряжении государства имеются два способа:

- а) установление верхнего ("потолка") предела цен;
- б) установление нижнего ("пола") предела цен.

Максимально верхняя граница цены (так называемая "социально низкая цена") - это цена ниже цены равновесия. Она устанавливается с целью защиты интересов малоимущих потребителей данного блага.

Установление верхнего предела цены приводит к дефициту данного блага, поскольку объем спроса превышает объем предложения. Более того, "потолок" цен превращает этот дефицит в хронический, в результате общество вынуждено прибегать к рационированию неценовыми способами (карточки, очереди и т. п.). Чтобы купить дефицитное благо, покупатели согласны

заплатить дополнительную цену, создавая тем самым условия для возникновения "черного рынка".

Другим способом государственного регулирования цен выступает установление нижнего предела ("пола") цен, т. е. цен выше равновесного уровня.

Фиксированные цены, превышающие цены равновесия, устанавливаются чаще всего с целью государственной поддержки некоторых отраслей экономики (например сельского хозяйства, новых наукоемких отечественных производств) и нередко при этом дополняются ограничениями во внешней торговле. На рис. 5.5 мы видим, что и при верхнем, и при нижнем пределе цен объем продаж будет ниже равновесного объема Q_E . В первом случае будет продано $Q'q$ единиц блага, во втором - $Q''s$.

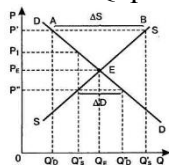


Рис. Фиксированная цена

3. Индикативное планирование

Под индикативным планированием следует понимать планирование, оперирующее показателями-индикаторами: индексами изменения экономических величин, структурными соотношениями, динамикой дисконтирования, подвижностью учетных ставок и др.

Индикативное планирование, рассматриваемое как совокупность процедур согласования процессов воспроизводства, реализуется на разных уровнях управления:

на макроэкономическом уровне – в виде разрабатываемых государственными органами хозяйственного управления прогнозов, бюджетных планов и программ;

на региональном или территориальном уровне – в виде разрабатываемых властными структурами субъектов Федерации региональных прогнозов, программ и бюджетных планов;

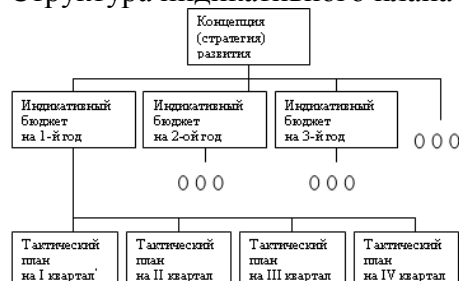
на мезоэкономическом уровне – в виде разрабатываемых метакорпорациями (межотраслевыми, межрегиональными и международными финансово-промышленными группами) планов, прогнозов и программ развития отраслей и подотраслей, территориально-производственных комплексов и промышленных узлов;

на микроэкономическом уровне – в виде стратегических планов развития предприятий как юридических лиц.

Индикативное планирование на микроэкономическом уровне – это процесс формирования системы параметров (индикаторов), определяющих состояние хозяйствующего субъекта и мер воздействия на него.

Разработка индикативного плана должна начинаться с формулирования целей развития предприятия на перспективу и оценки имеющихся ресурсов, которые могут быть задействованы для реализации этих целей.

Структура индикативного плана предприятия представлена на рисунке 1.8.



* - Тактические планы могут составляться на квартал или на месяц

Рисунок – Структура индикативного плана предприятия

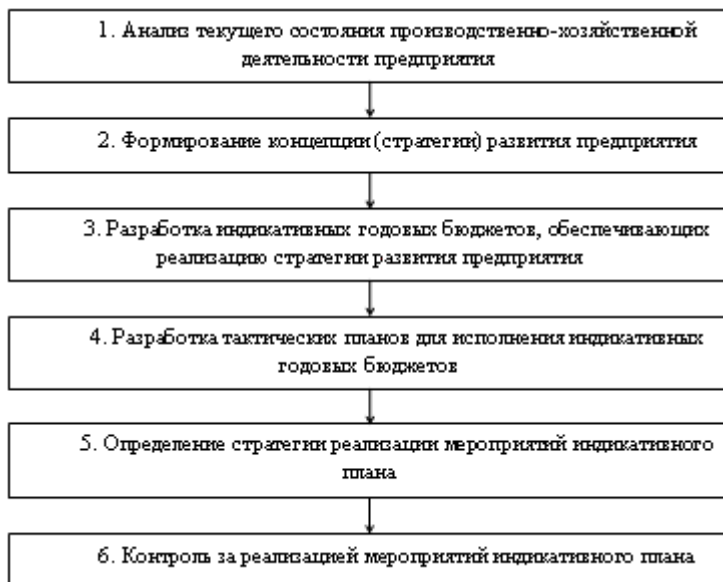
Выбранная стратегия предприятия отражает основные направления его развития. Согласно выбранной стратегии развития формируются индикативные годовые бюджеты предприятий. Относительно годовых бюджетов формируются тактические бюджеты, например на квартал, на месяц.

Тактические планы содержат те мероприятия, которые должны быть выполнены в конкретных условиях для обеспечения реализации индикативного годового бюджета предприятия. Именно при помощи тактических планов происходит координация текущей деятельности таким образом, чтобы в случае отклонения от поставленных задач в одном периоде можно было достичь намеченных в годовом плане целей за счет более интенсивной работы в другом периоде.

Годовой бюджет нуждается в корректировке (или даже полной модификации) только в том случае, если выполнение поставленных в нем задач становится невозможным в зависимости от изменений внешней и внутренней среды предприятия и не может быть обеспечено посредством соответствующих тактических планов. В этой ситуации изменению подлежат индикативные годовые планы, чтобы не сорвать исполнение стратегических задач предприятия.

Стратегические задачи могут быть пересмотрены только тогда, когда изменение годовых бюджетов не способно в намеченные в стратегии сроки устранить возникшее отклонение и вернуть деятельность предприятия в планируемые рамки.

Согласно структуре индикативного плана, схема процесса индикативного планирования будет выглядеть следующим образом (рисунок 1.9.).



Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/page:9/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Теория совершенной конкуренции: условие первого порядка (необходимое) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде, условие второго порядка (достаточное) для максимизации прибыли конкурентной фирмой в коротком периоде.
2. Равновесие совершенно конкурентного рынка (отрасли) в краткосрочном периоде.
3. Равновесие фирмы в условиях совершенной конкуренции для долго-срочного периода.
4. Долгосрочное равновесие совершенно конкурентной отрасли: случаи инерции в затратах, экономии и дезэкономии на масштабах производства.
5. Характерные черты "чистой" монополии: отсутствие совершенных субститутов, отсутствие свободы входа-выхода на рынок и наличие непреодолимых барьеров, абсолютная власть продавца, совершенная информированность рыночных субъектов.
6. Понятия экономической, административной и естественной монополии.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы рыночных структур	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии

Текст лекции.

Тема 1. Типы рыночных структур

1. Конкуренция, типы рынков

Конкуренция – экономическое соперничество за право получения большей доли определенного вида ограниченных ресурсов. Под рыночной структурой понимается характер соперничества фирм и наличие монопольной власти, а также степень их влияния на принимаемые фирмами решения.

Экономисты выделяют ряд рыночных структур: чистую (совершенную) конкуренцию; чистую (абсолютную) монополию; монополистическую конкуренцию; олигополию. (и др.)

Наиболее последовательно фирмы стремятся к достижению наивысшей экономической эффективности лишь в ситуации совершенной конкуренции. Идеальная совершенная конкуренция может быть устойчивой при наличии всех необходимых для ее существования условий:

производимые товары примерно одинаковы, т.е. опасности, что производители в массе своей предпочтут товары одной из фирм из-за их явного превосходства по своим свойствам или качеству над продукцией других фирм;

товары на рынок предлагают многие фирмы, и объемы их поставок не очень различаются. В этом случае каждая из фирм оказывает достаточно слабое влияние на общее рыночное предложение и не может существенно изменить ситуацию на рынке в свою пользу;

затраты фирм на изготовление товаров различаются не очень существенно вследствие сходности технологии и цен на приобретаемые для производства ресурсы. Если это условие не соблюдается и одна из фирм имеет существенно более низкие затраты на производство, то она сумеет легко нарушить рыночное равновесие, например, предложив товары по более низкой цене (недоступной другим конкурентам) и захватив благодаря этому существенно большую долю рынка, чем конкуренты (нарушится предыдущее условие);

транспортные затраты не играют большой роли в формировании предложения, т.е. нет опасности, что многие производители окажутся неконкурентоспособными из-за слишком дорогой доставки своих товаров покупателям (их цены окажутся в итоге выше, чем у конкурентов, предприятия которых находятся ближе к основным рынкам сбыта);

вход на рынок и выход из него не связаны с большими трудностями;

продавцы и покупатели обладают всей необходимой информацией о поступающих на рынок товарах, их ценах и прибыльности продаж. При соблюдении этого условия (называемого информационной прозрачностью рынка) продавцы вынуждены продавать товары по цене равновесия и не могут требовать цены выше нее. Причина проста: все покупатели знают о ценах, которые просят за те же товары другие фирмы, и немедленно начнут покупать у них, а не у фирмы, решившей продавать дороже равновесной цены.

Поскольку в реальной жизни обнаружить совпадение всех этих условий возможно лишь в очень редких случаях, то большинство рынков работает в условиях несовершенной конкуренции. Но это лучше, чем монополия.

Под совершенной конкуренцией понимают ситуацию на рынке, когда ни одна из фирм не в силах в одиночку изменить условия формирования рыночного равновесия. Ситуация совершенной конкуренции может сложиться лишь при соблюдении определенных условий, основной смысл которых состоит в исключении неравенства экономических возможностей различных участников рынка. Если ликвидировать такое неравенство не удастся, то на смену совершенной конкуренции приходит несовершенная конкуренция, нередко рождающая различные типы монополизации рынка.

При этом имеется в виду различия между рынками не по характеру продаваемых там товаров, а по сложившимся по сложившимся условиям конкуренции при их продаже.

Все фирмы вынуждены соперничать между собой из-за ограниченности ресурсов (прежде всего, денежных средств), которыми покупатели располагают для покупки товаров на данном рынке.

Соперничество может разворачиваться по-разному. Каждая фирма должна учитывать тип конкуренции, с которым она столкнется на рынке для выработки на этой основе своей коммерческой политики.

Обычно выделяют следующие типы конкуренции (типы конкурентных рынков):

рынок совершенной (чистой) конкуренции;

рынок монополистической конкуренции;

олигопольный рынок;

рынок монополии.

Рынок совершенной конкуренции. Для него характерно то, что в борьбе за внимание и деньги покупателей сталкиваются между собой множество производителей однотипных товаров. При этом ни один из них не обладает контролем над такой долей рынка, которая позволяет ему навязывать остальным выгодные ему условия сбыта.

При такой конкуренции рыночное равновесие достигается в результате массовых сделок продавцов и покупателей, которые не могут навязать друг другу свою волю и вынуждены искать компромисс в виде рыночной цены. В такой ситуации достоинства рыночных механизмов проявляется наиболее полно.

Рынок монополистической конкуренции. Экономисты говорят о возникновении монополистической конкуренции, если:

на рынке имеется много конкурирующих фирм;
для удовлетворения одной и той же потребности эти фирмы предлагают различающиеся между собой товары;

каждая фирма имеет некоторую возможность влиять на цену, по которой она продает свои товары;

существующие фирмы не могут преградить вход на рынок новым конкурентам.

Характерными примерами таких товарных рынков являются рынки продуктов питания, одежды, мебели и т.д.

На таком рынке монополистическая власть каждой фирмы состоит лишь в праве на изготовление особой разновидности товара и в предложении ее на рынок по самостоятельно назначенной цене, но не в контроле над рынком всех товаров однотипного назначения и возможности диктовать рыночную цену.

Рынок олигополии. Для этого рынка характерно производство одинаковых или сходных товаров небольшим числом крупных фирм, которые конкурируют между собой. При этом каждая фирма может оказывать существенное влияние на цены, по которым продаются ее товары.

Ситуация олигополии возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Экономически рациональный масштаб возникает обычно в тех отраслях, где сама технология диктует предпочтительность создания крупных производств. Экономически рациональный масштаб этих производств оказывается таким, что все нужды рынка могут быть удовлетворены несколькими фирмами.

Автомобильные фирмы США: «Форд», «Дженерал Моторс» и «Крайслер».

Рынок монополии. На таком рынке для покупателя складывается самые худшие условия. При чистой монополии возможности покупателя торговаться становятся крайне ограниченными, поскольку альтернативного изготовителя (продавца) просто не существует. Обычная коммерческая стратегия монополиста – навязывание покупателям завышенных уровней цен.

В большинстве развитых стран мира государство ведет борьбу с проявлениями монополизма на рынке. Сердцевиной антимонопольного регулирования являются ограничение власти фирм-монополистов в навязывании покупателям своих уровней цен и защита конкуренции.

Различия между типами конкурентных рынков Характеристика рынков

Тип рынка	Число фирм в отрасли	Тип товара	Барьеры для входа на рынок	Возможности влиять на цены своих товаров	Примеры отраслей, действующих на таких рынках
Совершенная конкуренция	Большое	Одинаковые изделия	Не существует	Отсутствует полностью	Сельское хозяйство,
					Бытовые услуги
Монополистическая конкуренция	Большое	Разные изделия сходного назначения	Существует, но их можно преодолеть	Существует возможность влиять на цену	Пищевая, легкая промышленность, производство мебели

Олигополия	Небольшое	Одинаковые или различные изделия	Существуют и преодолеть их трудно	Большая	Автомобильная промышленность, авиаперевозки и др.
Монополия	Одна	Товар, не имеющий заменителей	Существуют и преодолеть их очень трудно или даже невозможно	Максимальная	Электроэнергетика. Железнодорожные перевозки и др.

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/page:9/>

Тема 2. Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами..

В условиях совершенной конкуренции преобладающая рыночная цена на продукцию устанавливается путем взаимодействия рыночного спроса и предложения. Объемы производства каждого товаропроизводителя весьма незначительны по сравнению с объемом продукции, которую отрасль выпускает в целом.

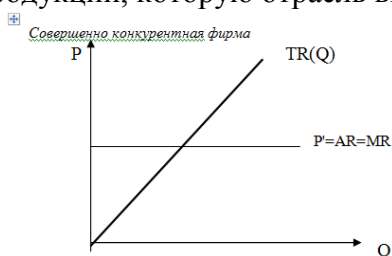


Рис.3 Спрос на продукцию фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Экономический смысл любой совершенной конкуренции состоит в том, что она рассматривает выгоды, которые в результате получает потребитель. Модель совершенной конкуренции показывает теоретически, как должна работать рыночная экономика, какие выгоды общество получает от конкурентного рынка. Однако в современной экономике совершенная конкуренция в чистом виде не существует.

Монополистическая конкуренция – это рыночная структура, в которой большое число фирм производят дифференцированную (не имеющих близких заменителей) продукцию (розничная торговля, легкая промышленность).

В условиях монополистической конкуренции ее основными механизмами являются механизмы ценовой конкуренции.

Олигополия (от греч. «oligo» - несколько и «poleo» - продаю) – это рыночная структура, при котором доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами.

Олигополистический рынок - это такой рынок, на котором большая часть выпускаемой продукции производится несколькими крупными фирмами, каждая из которых способна оказывать своими действиями влияние на изменение рыночной ситуации.

Основные признаки олигополии:

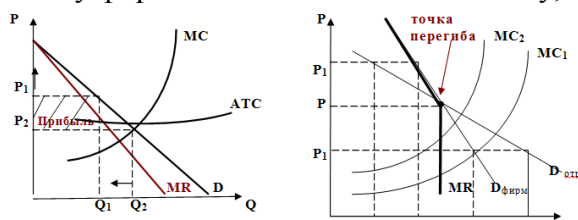
1. Доминирует несколько фирм (3-20);
2. Продукт: дифференцированы и стандартизированный;
3. Контроль над ценами ограничен взаимной зависимостью (Значителен при тайном сговоре);
4. Значительные барьеры на вхождение других фирм (связанные с эффектом масштаба, потребностью в большом капитале, патентами, лицензиями, слияниями и поглощениями, контролем за предложением факторов производства. Правительственные барьеры: антимонопольное законодательство, налоги, тарифы);
5. Типичная неценовая конкуренция (тайный сговор о ценах, объемах производства, «лидерство в ценах» и т.д.)

Теория ломаной кривой спроса исходит из следующих предположений:

Если одна фирма будет понижать цену на свою продукцию, то фирмы-конкуренты также снизят цену и каждая из них получит выигрыш пропорционально своей доле при общем увеличении объема продаж.

Если данная фирма будет повышать цену на свою продукцию, то конкуренты последуют за ней, а будут стремиться захватить рынок.

Поэтому фирме выгодно изменять не цену, а издержки.

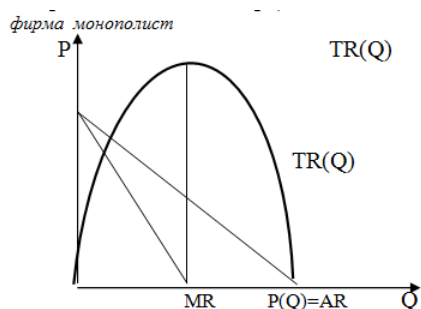


Тайный сговор олигополистических фирм. Модель ломаной кривой спроса.

Чистая монополия характеризуется наличием одного-единственного продавца конкретного товара на рынке.

Признаки чистой конкуренции:

- 1) единственный продавец конкретного товара/услуги на рынке;
- 2) одна фирма на рынке;
- 3) уникальный, не имеющий заменителя тип продукта;
- 4) значительный контроль над ценами;
- 5) вступление в отрасль блокировано;
- 6) неценовая конкуренция – реклама, PR («паблик-релейшнз»).



Источник: <https://studfile.net/preview/9523375/page:10/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Текущие издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация удельных издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.
2. Текущие издержки производства в длительном периоде. Идентификация долгосрочных средних издержек: сплайн-кривая огибающая серию кривых краткосрочных средних издержек для разных уровней производственных мощностей.
3. Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).
4. Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы. Изопрофитные линии.
5. Планирование и управление прибылью. Анализ безубыточности. Применение анализа безубыточности, операционный левередж.
- 6.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Отличительные особенности монополистической конкуренции.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Ценообразование на олигополистическом рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Текст лекции.

На рынке монополистической конкуренции, как и на рынке совершенной конкуренции, присутствует много продавцов. Однако в отличие от рынка совершенной конкуренции монополистические конкуренты обладают определенной властью над ценой. На чем основана эта власть?

Фирмы, действующие на таком рынке, производят дифференцированную продукцию. Причем эта дифференциация может быть как настоящей, так и мнимой. Менеджер, желающий продавать свою продукцию по цене выше рыночной, должен обратить внимание покупателя на исключительные качества своего товара по сравнению с аналогичным. Может подчеркиваться более качественный уровень сервиса, сопровождающий реализацию товара или услуги. Особое значение приобретает использование товарных знаков и торговых марок.

Исключительность товара или услуги зачастую обеспечивается патентным правом. Именно в рамках такой эксклюзивности товара управляющие и имеют возможность реализовывать товар по цене выше средней по отрасли.

Таким образом, в коротком рыночном периоде формирование цены и оптимального объема производства сходно с условиями монополии. Однако в долгом рыночном периоде преимущества, связанные с патентным правом, брендами сводятся к минимуму. На рынке появляются товары-заменители. И в долгом периоде условия формирования цены и оптимального объема производства приближаются к аналогичным на конкурентном рынке. [11]

Олигополистичные рынки различаются по степени концентрации, предпочтениям принятия управленческих решений в области ценообразования и определения объема производства. Все это объясняет отсутствие единой модели определения поведения олигополистов.

Распространенной моделью, объясняющей поведение менеджеров на рынке олигополии, является *модель Суизи* (ломаной кривой спроса). Продукция, выпускаемая на этом рынке, обладает некоторой степенью дифференциации.

Фирма, действующая по этой модели олигополии, может проводить политику повышения или понижения цен на свою продукцию.

В случае повышения цен одной фирмой другие компании вряд ли последуют такой тактике из опасения потерять рынок в пользу товаров-заменителей. Поскольку остальные фирмы проигнорируют политику повышения цен, компания, решившаяся на изменения цен на свою продукцию, сталкивается с собственной кривой спроса D_1D_1 (рис. 5.6, а).

В случае понижения цен одной фирмой другие фирмы, не желая потерять свою долю рынка, последуют за первой компанией и также снизят цены. Первоначальная фирма столкнется с рыночной кривой спроса.

Кривая спроса и соответствующая ей кривая предельного дохода примут вид ломанной кривой. При этом график MR имеет разрыв (рис. 5.6, б). Если произойдет изменение в предельных издержках на отрезке g —/, то это не приведет к изменению оптимальной цены и оптимального объема.

Такая ситуация объясняет, почему олигополисты не склонны к резкому изменению цен.

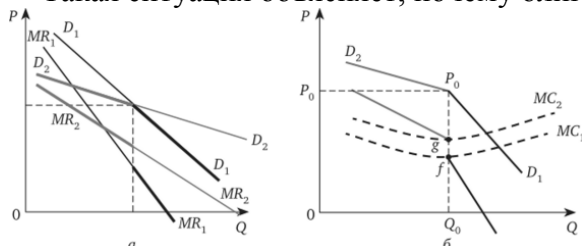


Рис. Модель Суизи (ломаной кривой спроса)

Моделью, описывающей формирование объема выпуска товаров как однородных, так и дифференцированных, служит *модель Курно*. В дуополии Курно анализируется взаимное реагирование двух фирм на изменение объемов производимой продукции. Иными словами одна фирма выбирает такой объем производства, при котором она максимизирует прибыль, учитывая объем выпуска второй фирмы.

Таким образом, объем производства одной фирмы служит функцией от объема производства второй фирмы:

$$Q_1 = f(Q_2) \text{ и } Q_2 = f(Q_1).$$

Данные уравнения отражают функции реагирования Курно.

Как изменится оптимальный объем производства фирмы 1, если фирма 2 будет увеличивать свой выпуск? Очевидно, что в этом случае спрос на продукцию фирмы 1 уменьшится. Уменьшится и предельный доход (MR). Фирма 1 сократит выпуск своей продукции, так как выполнение условия оптимальности ($MR = MC$) станет возможным только при меньшем объеме производства.

Предположим, что фирма 2 не производит продукции. Фирма 1 выберет оптимальный объем производства Q_1^M (рис. 5.7). Если фирма 2 решила начать производство, то она выберет

оптимальный объем выпуска, иллюстрируемый точкой E на кривой реагирования фирмы 2. Однако ситуация для фирмы 1 изменилась. Теперь оптимальным для первой компании будет объем, соответствующий точке D на кривой реагирования Q_1 . Компания 2 ориентируется на новый меньший объем производства фирмой 1.



Рис. Равновесие Курно

Фирма 2 увеличивает выпуск продукции, соответствующей точке C на кривой реагирования Q_2 . Этот объем обеспечивает максимизацию прибыли. На такую ситуацию вынуждена отреагировать фирма 1. Стремясь к максимизации прибыли в новых условиях, она сокращает выпуск до точки B на кривой реагирования фирмы 1.

Так будет происходить до тех пор, пока не установится равновесие в точке A (Q_1 и Q_2 — равновесные объемы выпуска фирм 1 и 2

по Курно). Эта точка иллюстрирует равновесие Курно. В данном случае ни одна из фирм не склонна менять объем выпуска, при условии неизменности уровня производства другой фирмой.

Попробуем вывести функции реагирования для олигополии Курно.

Возьмем обратную функцию спроса продукции для дуополии Курно:

$$P = a - b \cdot (Q_1 + Q_2).$$

Валовой доход $TR = P \cdot Q$;

$$TR_1 = aQ_1 - bQ_1^2 - bQ_2Q_1;$$

$$TR_2 = aQ_2 - bQ_2^2 - bQ_2Q_1.$$

Отсюда предельный доход

$$MR_1 = a - bQ_2 - 2bQ_1;$$

$$MR_2 = a - bQ_1 - 2bQ_2.$$

Для максимизации прибыли используем предельное условие $MR = MC$.

$$a - bQ_2 - 2bQ_1 = c_1;$$

$$a - bQ_1 - 2bQ_2 = c_2.$$

Решаем эти уравнения

$$Q_1 = f(Q_2) = (a - c_1) / 2b - Q_2 / 2;$$

$$Q_2 = f(Q_1) = (a - c_2) / 2b - Q_1 / 2.$$

В отрасли может сложиться ситуация, когда одна из фирм принимает решения в области определения объема производства раньше других участников рынка, будучи лидером. Такая модель олигополии называется *моделью Стакельберга (Штакельберга)*. По сравнению с моделью Курно лидер получает большую прибыль, а последователь — меньшую.

Существуют модели олигополии, где конкуренция происходит не в определении объема производства, а в сфере ценообразования. Примером такой модели служит *олигополия Бертрана*. Условие существования данной модели — открытость информации по возможным

объемам выпуска (количество мест в гостинице, ресторане и т.д.). Следовательно, потребители легко могут выбрать компанию с самыми низкими ценами. С целью увеличения доли рынка олигополисты по Бертрону мог втянуться в ценовую войну. На рис. 5.8 такое понижение цены приводит к последовательному переходу от цены P_2

к цене P_B , равной предельным издержкам (точки g, h и e показывают соответствующие изменения на кривой спроса одного из олигополистов по Бертрону). Такая ситуация для фирм означает отсутствие экономической прибыли. Потребители же, наоборот, оказываются в положении по ценам и объему производства, сходном с совершенной конкуренцией.

Можно отметить многие другие модели рынка олигополии: ценовое лидерство, сговор, картель, издержки «+» и т.д.

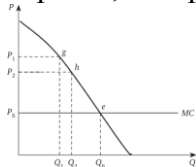


Рис. Модель Бертрона

- [1] Олигополией именуется такая рыночная ситуация, когда функционирует от двух до нескольких фирм. • Отрасль, в которой существуют две фирмы, называется дуополией. Чем интересна рыночная ситуация олигополистичного рынка для менеджера? Тем, что управляющий должен для себя выяснить, как реагировать на изменения в ценовой политике или в политике определения объема производства, проводимые фирмами-конкурентами. При этом все действия менеджмента фирмы-олигополиста должны просчитываться с точки зрения реакции на них других фирм-олигополистов. Такая взаимозависимость приводит к поиску наилучших решений с учетом вероятного поведения конкурентов, т.е. к достижению так называемого равновесия Нэша.

Источник:

https://studme.org/127276/ekonomika/resheniya_povodu_tsenovoy_politiki_obema_proizvodstva_monopolisticheskaya_konkurenciya_oligopoliya?ysclid=1h8txnlul1715766012

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Базовые постулаты и исходные допущения теории совершенной конкуренции.
2. Спрос, средний и предельный доходы для конкурентной фирмы. Правило максимизации прибыли и выбор оптимального объема производства для фирмы совершенного конкурента в краткосрочном периоде. "Двухшаговая" процедура.
3. Система показателей, характеризующих размер фирмы. Определение контролируемой доли рынка: абсолютная и относительная доли рынка компании. Отличные от контролируемой доли рынка показатели размера фирмы: величина добавленной стоимости, численность персонала, производственная мощность, активы компании.
4. Количественное измерение концентрации продавцов на рынке: общий обзор индексов
5. Показатели рыночной власти продавцов: общий обзор индексов и коэффициентов.
6. Факторы и характеристики, определяющие структуру рынка: положительная отдача от масштаба, диверсификация деятельности фирмы, дифференциация продукта, вертикальная интеграция. Влияние иностранной конкуренции на внутреннее ценообразование. Институциональные барьеры входа на рынок и выхода с него.

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

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

**1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.

Альтернативные модели поведения фирмы

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческая экономика как специализированный раздел экономической науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Понятие фирмы, модель экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде. Издержки.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Альтернативные модели поведения фирмы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Равновесие фирмы в условиях "чистой" монополии для короткого периода.
2. Равновесие монополиста в длительном периоде. Случаи с одним и несколькими заводами.
3. Монополистическая ценовая дискриминация: первой степени (совершенная ценовая дискриминация), второй степени, третьей степени.
4. Основные характеристики монополистической конкуренции: принцип дифференциации продукта, неценовые факторы конкуренции, наличие входных барьеров при вступлении в отрасль. Механизм монополистической конкуренции.
5. Неопределенность (неоднозначность) кривой индивидуального спроса монополистически конкурентного предприятия. Модель монополистической конкуренции Чемберлина (традиционная). Равновесие фирмы в условиях ценовой монополистической конкуренции для краткосрочного и для длительного периода.
44. Монополистическая конкуренция в пространстве. Краткая характеристика "адресных" моделей монополистической конкуренции: модель "линейного города" Хотеллинга, модель "города на окружности" Сэлопа.
6. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: максимизации прибыли.
7. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации продаж.
8. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации роста.
9. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель управленческого поведения.
10. Альтернативные модели поведения фирмы в современных условиях: модель максимизации добавленной стоимости.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Экономическая концепция эластичности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Маржинальный (предельный) доход, его связь с кривого спроса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Другие показатели эластичности.	Групповая, научная

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Общественные издержки монополистической конкуренции. Неценовая конкуренция. Влияние маркетинговых расходов: затрат на товародвижение, формирование проса, стимулирование сбыта, рекламу и пропаганду.
2. Характерные признаки олигополии: ограниченное число фирм, высокие барьеры для вступления в отрасль, всеобщая взаимозависимость и стратегическое поведение.
3. Нескоординированная количественная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель дуополии Курно.
4. Скоординированная олигополия: обзорная классификация моделей. Модель картельного сговора.
5. Теория факторов производства Сэя. Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения труда и налогообложение.
6. Предложение производственных факторов: индивидуальная функция предложения капитала, индивидуальная функция предложения земли. Рыночное предложение факторов производства.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: Дискуссия

Перечень вопросов для обсуждения к темам раздела 1:

Объясните, почему управленческая экономика является специализированным разделом экономической науки.

Каким образом управленческая экономика решает проблему о наилучшем размещении ограниченных ресурсов в целях конкурентной борьбы.

Дайте определение понятию фирма.

В чем специфика модели экономических целей фирмы в долгосрочном и краткосрочном периоде.

В чем заключается разница между рыночной добавленной стоимости и экономической добавленной стоимости.

Изложите гипотезу максимизации прибыли и гипотезу максимизации благосостояния акционеров.

Дайте характеристику основным моделям поведения фирмы: максимизации прибыли, максимизации продаж, максимизации роста, управленческого поведения, японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости. Почему эти модели называются альтернативными.

Дайте определение спроса и предложения. Объясните различие между спросом и величиной спроса, предложением и величиной предложения.

Дайте определение ценовой эластичности спроса и какие существуют методы ее определения.

Назовите основные неценовые факторы, которые влияют на спрос и предложение.

В чем заключаются различия между дефицитом и ограниченностью.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных

вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли проponentов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примеры тестовых заданий Инструкция: выбрать один правильный ответ. 1. Факторами внешней среды фирмы являются: 1) поставщики; 2) потребители; 3) контактные аудитории; 4) конкуренты.

2. Выберите верную последовательность этапов, которая отражает закономерное содержание процесса управления: - проблема – цель – принятие решения – распределение работ; - цель – проблема - решение – контроль исполнения; - ситуация – цель – решение – организованная работа; - цель – ситуация – проблема – управленческое решение; - планирование – принятие решения – контроль - организация.

3. Какое определение цели управления представляется Вам наиболее точным - цель – это предполагаемый результат деятельности; - цель – это идеальное видение будущего; - цель – это наши стремления к успеху; - цель – это идеальный образ желаемого, возможного и необходимого состояния управляемой системы; - цель – это планирование деятельности, связанное со стремлением достичь необходимый результат

4. Маржинальный (предельный доход) – это 1) регулярное пополнение бюджета экономического субъекта, измеренное деньгами; 2) изменение совокупного дохода в результате изменения выпуска продукции на одну единицу; 3) экономическая выгода; 4) размер увеличения прибыли в результате роста объемов; 5) максимальная прибыль.

5. Экономическая добавленная стоимость - это 1) совокупный доход минус совокупные экономические издержки; 2) разница между прибылью на суммарный капитал и стоимостью капитала; 3) сверхнормальная прибыль.

6. Цена национальной валюты, выраженная в иностранной валюте 1) хеджирование обменного курса; 2) транзакция; 3) валютный курс; 4) номинальный курс. Инструкция: установить правильную последовательность. Общие методы контроля управленческого решения: - предварительный; 26 - сплошной; - направляющий; - точечный; - фильтрующий; - последующий.

Инструкция: установить соответствие утверждений и соответствующие данным утверждениям формулы: Критический объем производства достигается, если 1) общая выручка равна общим

издержкам 2) общая выручка больше общих издержек 3) общая выручка меньше общих издержек 4) фирма получает нулевую прибыль 5) фирма получает максимальную прибыль
Формулы А) $TR = TC$; Б) $TR > TC$; В) $TR < TC$ Г) $Pr = 0$ Д) $Pr = \max$

Примеры тестовых заданий Инструкция: выбрать один правильный ответ.

1. Направления влияния туризма на жизнь общества:

- А) гуманитарное;
- Б) физическое;
- В) развлекательное;
- Г) промышленное;
- Д) социальное;
- Е) экономическое.

2. Основные стадии прохождения турпродукта:

- А) потребление;
- Б) производство;
- В) страхование;
- Г) реализация;
- Д) формирование;
- Е) все из выше перечисленного.

3. Основные факторы, влияющие на туррынок:

- А) структура населения;
- Б) образование;
- В) возраст;
- Г) род занятий;
- Д) пол;
- Е) все ответы кроме Д.

4. В связи с особенностями и содержанием маркетинговой деятельности выделяют следующие рынки:

- А) основной;
- Б) левый;
- В) негативный;
- Г) растущий;
- Д) целевой;
- Е) дополнительный.

5. Сегментация рынка – это:

- А) деление рынка на части, которые характеризуются расовой принадлежностью потребителя;
- Б) деление рынка на части, которые характеризуются национальным признаком;
- В) деление рынка на части, которые характеризуются общностью требований потребителей;
- Г) деление рынка на части, которые характеризуются материальным уровнем;
- Д) деление рынка на части, которые характеризуются интеллектуальным уровнем;
- Е) нет верного ответа.

6. Что включает в себя современная система туризма:

- А) фирмы производитель туруслуг;
- Б) рекламно-информационные туручреждения;
- В) фирмы турагенты;
- Г) фирмы туроператоры;
- Д) фирмы маршрутных такси;
- Е) все варианты верны.

7. Турпредприятие выполняет следующие функции:

- А) продажа;
- Б) производство;
- В) организация;
- Г) автоматизация процессов;

- Д) управление;
- Е) строительство.

Методические рекомендации по подготовке к тестированию см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Производственная функция	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Издержки, их понятие, значение в управленческих решениях.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Спрос на факторы производства. Спрос на труд фирмы в длительном периоде. Совокупный спрос на рынке факторов производства.
2. Равновесие на рынке факторов производства.
3. Типы отраслевой политики: по используемым методам, по выдвинутым целям.
4. Комплексная система показателей деятельности организации

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Экономика туристской фирмы

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы решений относительно экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Риск и неопределенность.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Многонациональные корпорации, их риски в условиях глобализации. Функции правительства в рыночной экономике.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Суть анализа соотношений затрат, объема и прибыли - ABC-анализа
2. Драйверы затрат в ABC-анализе.
3. Виды затрат в ABC-анализе.
4. Аналитическая оценка решения о принятии дополнительного заказа по цене ниже себестоимости продукции.
5. Обоснование структуры товарной продукции.
6. Обоснование решения "производить или покупать".
7. Выбор решения с учетом ограничений на ресурсы.
8. Маржинальный подход к решению управленческих задач.
9. Понятие производственного рычага и применение его эффекта в принятии управленческих решений.
10. Экономические аспекты управления рисками.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 2:

Дайте определение производственной функции и объясните различие между производственной функцией в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Дайте определение трем стадиям производства.

Почему фирма, действующая рационально, всегда пытается работать на II стадии.

Дайте определение функции издержек и объясните различие между функцией издержек в долгосрочном и краткосрочном периоде.

Объясните связь между производственной функцией и функцией издержек.

В чем различие экономических и бухгалтерских издержек.

Как они связаны между собой.

Назовите основные отличия между монополистической конкуренцией и олигополией.

Дайте определение взаимозависимости и объясните роль, которую она играет в установлении цен на олигополистическом рынке.

Проиллюстрируйте жесткость цен на олигополистических рынках.

Вспользуйтесь «ломаной кривой спроса».

Каким образом ценовые факторы помогают фирме дифференцировать свои товары и услуги в условиях монополистической конкуренции и олигополии.

Перечислите и дайте характеристику пяти сил, действующих в модели конкуренции Портера.

Что означает ценовая дискриминация.

Объясните, как этот процесс влияет на цены и продукцию.

В чем заключается различие ценообразования по принципу «издержки плюс» и маргинальная цена.

Проанализируйте различные виды многономенклатурного ценообразования.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли проponentов, т.е. выражают мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников.

Данная модель проведения практического занятия способствует лучшему усвоению изучаемого материала и играет скорее информационно-организационную роль. У бакалавров закрепляет владение навыком анализа и сравнения, аргументации собственной точки зрения. Для подготовки к круглому столу, необходимо ознакомиться с темой, с вопросами, выносимыми для обсуждения, а также с литературой, необходимой для подготовки по этим вопросам.

Первый вариант проведения круглого стола: участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий, которым выступает преподаватель, принимает в заседании относительно скромное участие - распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения. Второй вариант - ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения круглого стола вызывает большой интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы.

При подготовке к круглому столу следует помнить, что вы должны выступить настоящим экспертом темы, которой посвящены ваши тезисы, а само выступление (реплики) быть не только содержательными, но и небанальными, чтобы сообщить нечто новое остальным участникам.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.

Контрольная работа

1. Средняя цена тура компании Р составляет 74,6 тыс.руб. (без НДС); в том числе переменные затраты – 58 тыс.руб. Сумма постоянных затрат компании за месяц – 780 тыс.руб. Рассчитать: сумму маржинального дохода (или «сумму покрытия»); долю маржинального дохода (или «коэффициент покрытия») порог рентабельности. Каким будет финансовый результат агентства, если выручка за месяц составит: а) 5 млн.руб., б) 3 млн.руб. Каким будет запас прочности при таких значениях выручки?

2. Сумма постоянных затрат компании равна 2400 тыс.руб. в год. Цена реализации единицы продукции – 12,0 тыс.руб. Сумма переменных затрат на единицу продукции – 10,0 тыс.руб. Рассчитать порог рентабельности.

3. Средняя цена тура составила 92,6 тыс.руб., в том числе переменные затраты 78 тыс.руб. Сумма постоянных затрат за месяц равна 780 тыс.руб. Каким будет финансовый результат турагентства, если годовая выручка составит: а) 4 млн.руб, б) 5 млн.руб. Рассчитать сумму и долю маржинального дохода, порог рентабельности, запас прочности.

4. В прошлом году выручка компании (гостиничные сети) составила 13000 млн.руб., прибыль – 1200 млн.руб. Прогнозная выручка планируемого года 13800 млн.руб. Сила операционного рычага равна 2,1 (останется неизменной). Рассчитать ожидаемую сумму прибыли в текущем году; рентабельность продаж по годам. Сформулировать выводы.

5. В прошлом году выручка компании Д (туроператор) составила 2300 млн.руб., прибыль 210 млн.руб. Прогнозная выручка на текущий год составляет 3380 млн. руб. Сила операционного рычага – 1,8 (останется неизменной). Рассчитать ожидаемую сумму прибыли в текущем году. Рассчитать рентабельность продаж по годам. Сделать выводы. За счет какого главного фактора произошло изменение рентабельности?

Кейс-задание

Кейс - управление структурами туристского холдинга

Кейс - управление структурами туристского холдинга ОАО «Стар Турист Альянс» - российская туристическая компания. Полное наименование — Открытое акционерное общество ОАО «Стар Турист Альянс». Штаб-квартира расположена в Москве. Компания ведет свою историю с 1928 г., когда ряд московских гостиниц и ресторанов, реквизируемых советской властью у прежних собственников, был передан в управление «Тресту гостиниц и ресторанов». Этот трест функционировал, под разными названиями, вплоть до 90-х годов XX века. В 1994 г. на его основе было создано ОАО «Стар Турист Альянс». Компания в настоящее время занимает в России около 8% на рынке въездного туризма, обслуживая более 350 тыс. туристов в год. В её структуру входит 45 дочерних компаний. ОАО «Стар Турист Альянс» представляет собой группу компаний, управляющую компанию и сорок пять юридических лиц, сгруппированных в четыре бизнес дивизиона: туроперирование — «НТК Стар Турист», гостиничный бизнес — «Стар Турист Отель Групп», розничные продажи турпродукта — «Стар Турист Магазин Путешествий», транспортные услуги — «Стар Турист Транспортные Услуги». Компания присутствует в 78 регионах Российской Федерации. Компания сотрудничает с 6300 партнерами в 162 странах мира. ОАО «Стар Турист Альянс» имеет дочерние туристические фирмы в США, Польше, Великобритании, Канаде, Швеции, Белоруссии, Украине. В 2008 г. ОАО «Стар Турист Альянс» провела консолидацию туроператорских активов, создав ОАО «НТК Стар Турист», путем объединения трех крупных туроператоров России: «Стар Турист», «Бетатур» и «Трэвел нет». Задача дивизиона — формирование туристических продуктов для рынков въездного, выездного и внутреннего туризма.

Задание.

1. ОАО «Стар Турист Альянс» на внутреннем рынке представлено десятками компаний юридических лиц. Как организовать управление финансами в целом по корпорации?

- Полностью централизовать; полностью децентрализовать; централизовать частично? Приведите примеры. Подготовьте обоснование по избранному Вами варианту.
2. Как организовать управление на уровне дивизиона, по направлениям деятельности. Разработайте предложения, обоснование.
3. Принятая ранее линейно-функциональная структура управления в современных условиях показала свою неэффективность. Переход к дивизиональной структуре управления за три года не дал ожидаемого эффекта. Необходимо разработать новую структуру управления (матричного или иного типа), позволяющую результативно управлять деятельностью всех предприятий группы компаний «по продуктам», «по территориям», «по проектам», в комплексе. Предложите структуру управления компанией в целом, ее стратегическими бизнес единицами, юридическими лицами, филиалами. Представьте схемы и обоснование.
4. Какую стратегию развития принять для группы компаний в целом? Приведите обоснование. Как обеспечить преемственность стратегий развития в каждом из дочерних предприятий? Должны ли они просто копировать корпоративную стратегию в целом? Какие будут иметь особенности в каждом предприятии? Приведите примеры для дочерних предприятий разных видов деятельности.
5. Какие функциональные стратегии целесообразно разрабатывать и реализовывать на уровне дивизионов корпорации? Составьте «портфель» функциональных стратегий. Приведите обоснование.

Методические рекомендации см в разделе 2

ЗАДАНИЯ К ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии.

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Типы рыночных структур.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Влияние совершенной конкуренции и монополии на принятие решений менеджерами.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Способы прироста стоимости фирмы.
2. Методическая база управленческой экономики.
3. Закон массового производства: примеры влияния на деятельность организации.
4. Закон самофинансирования: примеры влияния на деятельность организации.
5. Закон соответствия отношений постоянных затрат к переменным и относительной цены:
6. примеры влияния на деятельность организации.
7. Закон снижения себестоимости продукции с увеличением объема выпуска, срока нахождения в серийном производстве: примеры влияния на деятельность организации.
8. Закон соответствия номенклатуры, качества и объема продукции потребностям и условиям спроса: примеры влияния на деятельность организации.
9. Закон возмещения затрат на производство и сбыт продукции: примеры влияния на деятельность организации.

1. Учебная дисциплина. УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

3. Цели занятия.

- в формировании у обучающихся понятийного аппарата и развитии навыков экономического анализа с использованием современных моделей и закономерностей экономической науки;
- получение обучающимися прикладных знаний в области решения экономических проблем и задач, стоящих перед руководителем фирмы;
- овладении обучающимися навыками принятия основных типов решений, которые должны принимать менеджеры применительно к распределению дефицитных ресурсов, ценовой политики и объемов производства/оказании услуг компании;
- овладении обучающимися методами выстраивания результативных отношений между властными структурами и бизнесом.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Отличительные особенности монополистической конкуренции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Ценообразование на олигополистическом рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Решение о ценах и объеме производства на монопольном рынке	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Естественная монополия и методы ее регулирования.
2. Внешнеторговая политика в условиях несовершенной конкуренции на мировом рынке.
3. Практика антитрестовского законодательства и антимонопольного регулирования.
4. Цели основных категорий людей в бизнесе, их основные роли и экономические аспекты деятельности.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем дискуссии к темам раздела 3:

Рассмотрите типы решений относительно эффективности намечаемых капиталовложений компании (достоинства и недостатки инвестиционных проектов).

Проанализируйте основные методы оценки программы капиталовложений – метод окупаемости и метод оценки прибыли на инвестированный капитал.

Дайте определение стоимости капитала.

Рассчитайте стоимость долга, стоимость акций, взвешенная средняя стоимость капитала.

Дайте определение лимитирования финансовых средств для инвестиций.

Дайте определение риска и неопределенности.

С какими источниками риска сталкивается бизнес.

Опишите и рассчитайте возможные параметры риска – ожидаемое значение, среднее квадратичное отклонение, коэффициент изменчивости.

Опишите, каким образом производятся вычисления при моделировании и построении дерева решений.

Объясните, каким образом реальные возможности могут облегчить экономический анализ эффективности намечаемых капитальных вложений.

Объясните смысл термина «глобализация».

Дайте определение валютного курса и опишите несколько методов хеджирования.

Раскройте причины и необходимость для компании прямых зарубежных капиталовложений.

Общее и различия экономического анализа эффективности намечаемых капиталовложений для МНК (многонациональных корпораций) и национальных компаний.

Назовите основные функции правительства в рыночной экономике.

Объясните ход рассуждений в теореме Коуза относительно того, что для нивелирования внешних эффектов рынка вовсе не обязательно вмешательства правительства.

Причины, по которым происходит слияние фирм.

Проанализируйте процесс, с помощью которого частная компания гарантирует себе получение правительственного заказа.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Круглый стол, полемика, диспут, дебаты – оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.

Целью проведения данной активной формы практического занятия является вовлечение всей группы к обсуждению и обобщению идей и мнений относительно сформулированных вопросов и проблем. Все участники круглого стола равноправны, выступают в роли 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 3: форма рубежного контроля – Контрольная работа и кейс-задание.

Контрольная работа

1. Сила операционного рычага компании – 1,9 в текущем году. В планируемом году этот коэффициент не изменится. Выручка отчетного года -14,9 млн.руб. Прибыль в отчетном году

составила 1,3 млн.руб. Прогнозируемая выручка в планируемом году – 15,4 млн.руб. Что будет с прибылью в планируемом году? Рассчитать показатель ROS по годам. Сформулировать выводы.

2. Кафе торгует товарами собственного производства и покупными. Маржа по товарам собственного производства – 29,9%. Маржа по покупным товарам – 32,3%. Переменные затраты составляют 18,9% к обороту. Постоянные затраты составляют 22,5 млн.руб. за год. Фактическая выручка составила 132,3 млн.руб. за год. Рассчитать среднюю маржу по всему ассортименту, порог рентабельности, запас прочности, финансовый результат; силу операционного рычага. Сформулировать выводы.

3. Авиачартер на пляжном направлении: 120 мест в самолете. Средняя заполняемость в настоящее время ("низкий" сезон) две трети салона (80 мест). При такой загрузке показатели (в расчете на один проданный билет): цена 7600 руб. затраты, всего 5800 руб., в том числе: переменные 2300 руб. постоянные 3500 руб. Достигнута предварительная договоренность с фирмой – организатором юношеских соревнований об оптовой продаже блоков мест. Главное условие – 30-процентная скидка с цены билета. При реализации договоренности, заполняемость рейса в среднем составит 100 мест. Выгоден ли такой договор перевозчику? Рассчитать новую цену. Рассчитать новую себестоимость и прибыль при загрузке 100 пассажиров. Что считать минимально возможной ценой для каждого дополнительного проданного билета (что есть нижний предел цены)?

Кейс-задание

Кейс - управление структурами туристского холдинга ОАО «Стар Турист Альянс» на внутреннем рынке представлено десятками компаний, юридических лиц. В условиях глобального экономического кризиса обострились финансовые проблемы группы компаний, снизились показатели ликвидности, рентабельности. 1. С целью оптимизации затрат принято решение избавиться от непрофильных активов, непосредственно не связанных с основным бизнесом, продав отдельные компании (или долю в них) - несмотря на падающий спрос, обусловленный экономическим кризисом. Разработайте предложения по изменению структуры группы компаний, продаже непрофильных активов. Приведите обоснование. Какие альтернативы возможны при продаже компании (или доли в ее уставном капитале)? С какими инвесторами вести переговоры? О чем? Привлекать ли финансовых (инвестиционных) посредников для продажи? На каких условиях? Как использовать средства от реализации непрофильных активов? Куда направлять? Приоритеты? 2. Для преодоления убытков - какие меры организационного характера необходимо предпринять? Какие постоянные или временные подразделения создать? С какими функциями? Какие распорядительные документы подготовить и принять? Позиции этих документов? Проработайте эти вопросы с позиций финансового директора (СФО, головной офис)

Методические рекомендации по подготовке см в разделе 2

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

Раздел 1. Концепция функционирования предприятия туристской индустрии
Тема 1.1. Экономические цели фирмы и оптимальное принятие решений.
Альтернативные модели поведения фирмы

Иллюстрации:



Рис. 1.1. Структура управленческой экономики

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Тема 1.2. Спрос и предложение. Эластичность спроса

Иллюстрации:

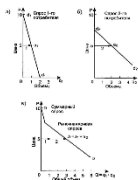


Рис. Построение рыночной кривой на основе индивидуальных кривых спроса

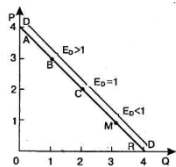


Рис. Эластичность и наклон - разные понятия

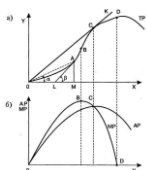


Рис. а) Кривая общего продукта (TP); б) кривая среднего продукта (AP) и предельного продукта (MP)

Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/>

Раздел 2. Экономика туристской фирмы
Тема 2.1. Теория и оценка производства. Значение издержек в управленческих решениях

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 2.2. Экономический анализ эффективности намечаемых капиталовложений и степень риска

Иллюстрации:

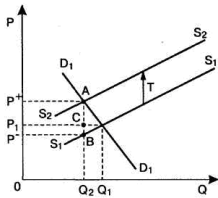


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его продавцами

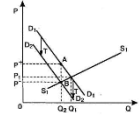


Рис. Воздействие на рыночное равновесие акцизного налога при уплате его покупателями

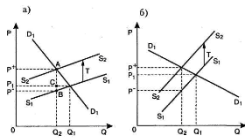


Рис. Воздействие акцизного налога на равновесный объем рынка в зависимости от наклонов линий спроса и предложения

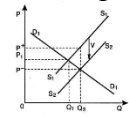


Рис. Воздействие на рыночное равновесие потоварной дотации

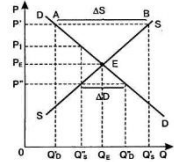
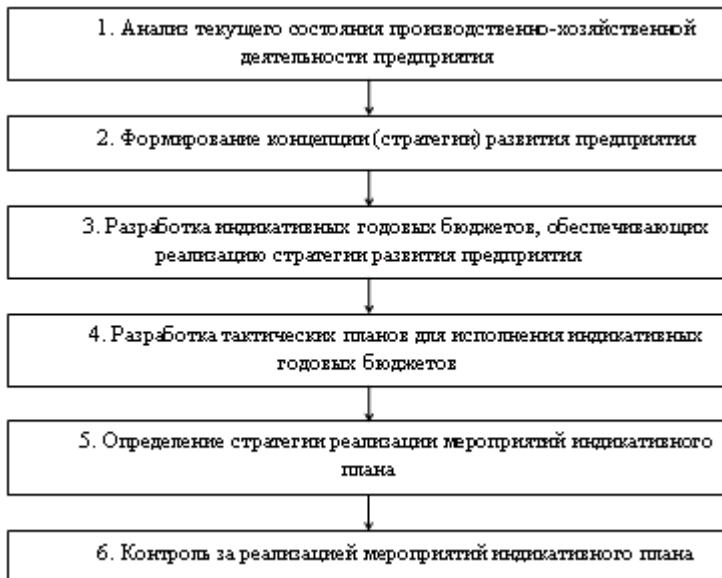


Рис. Фиксированная цена



* - Тактические планы могут составляться на квартал или на месяц

Рисунок – Структура индикативного плана предприятия



Источник: <https://studfile.net/preview/2384752/page:9/>

Раздел 3. Управление эффективностью туристской организации

Тема 3.1. Решения по поводу ценовой политики и объемов производства: совершенная конкуренция и монополии

Иллюстрации:

Не предусмотрены

Тема 3.2. Принятие решение о ценах и объеме производства: монополистическая конкуренция и олигополия. Особенности ценообразования

Иллюстрации:

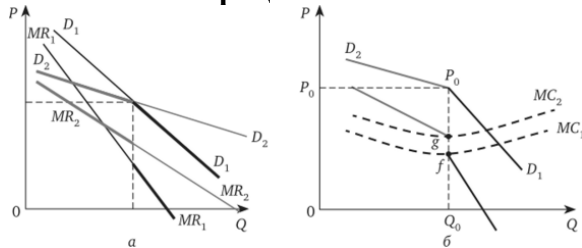


Рис. Модель Суизи (ломаной кривой спроса)



Рис. Равновесие Курно

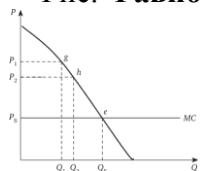


Рис. Модель Бертрана

Источник:

https://studme.org/127276/ekonomika/resheniya_povodu_tsenovoy_politiki_obema_proizvodstva_monopolisticheskaya_konkurenciya_oligopoliya?ysclid=1h8txnlul1715766012

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)

**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ**

**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) «Аналитическое обеспечение стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях» 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)	13
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	17
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	27
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	27
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	28
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	29
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	31
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	31
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	82
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	82
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	96
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	96
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	100

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными

вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне	
Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике	Опыт стратегического планирования в СССР. Введение пятилеток и опыт их реализации. Особенности ускорения реализации «пятилеток» («Пятилетка в три года»). Опыт реализации всесоюзных строек и их социально-политической контекст. «Комсомольские стройки». Методы и опыт стратегической политики в США. Каким образом, при политической конкуренции возможно реализовывать долгосрочные стратегические проекты и документы. Проблема сменяемости власти при реализации стратегической политике. Стратегическая политика в КНР. Китайский опыт использования «пятилеток». Стратегические документы в Китае: механизмы утверждения и особенности реализации. Стратегические документы экономической политики. Особенности

	<p>стратегических документов внешнеполитической направленности. Субъекты составления и реализации внешнеполитических документов. Ресурсная обеспеченность. Роль МИДа в реализации внешнеполитических документов. Концепция внешней политики Российской Федерации Указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. N 605 «О мерах по реализации внешнеполитического курса Российской Федерации». Современный мир и внешняя политика Российской Федерации. Понятие «национальных интересов». Приоритеты Российской Федерации в решении глобальных проблем. Проблема Верховенства права в международных отношениях. Укрепление международной безопасности. Международное экономическое и экологическое сотрудничество Российской Федерации.</p>
<p>Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы</p>	<p>Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования. Роль Правительства и отраслевых министерств в стратегическом планировании развития. Энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2035 года. Генеральная схема развития нефтяной отрасли на период до 2035 года. Генеральная схема развития газовой отрасли на период до 2035 года. Генеральная схема размещения объектов электроэнергетики до 2035 года. Стратегия развития судостроительной промышленности до 2035 года. Стратегия развития минерально-сырьевой базы Российской Федерации до 2035 года. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года. Роль Президента РФ в формировании стратегического планирования в России. Программные статьи В.В. Путина в СМИ как основа национальных проектов. Соотношение национальных проектов и федеральных проектов. Общие вопросы реализации национальных проектов. Национальный проект «Здравоохранение». Национальный проект «Образование». Национальный проект «Демография». Национальный проект «Культура». Национальный проект «Безопасные качественные дороги». Национальный проект «Жильё и городская среда». Национальный проект «Экология». Национальный проект «Наука и университеты». Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Национальный проект «Производительность труда». Национальный проект «Международная кооперация и экспорт». Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.</p>
<p>Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического</p>	

планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровня	
Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации	Понятие о стратегическом планировании в РФ. Система стратегического планирование в РФ. Актуальные документы стратегического планирования развития туризма в РФ. Базовые компоненты документов стратегического планирования развития туризма. Мастер-планирование в туризме. Современные тренды в туризме как условия и факторы стратегического планирования развития туризма в российской федерации. Профильные документы стратегического планирования в сфере туризма (как специализированные, так и в составе комплексных документов). Сущность, виды и базовые принципы аналитики проектов стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Виды источников данных аналитики туризма. Методы и алгоритмы аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Мастер-класс по теории принятия решений и решению многокритериальных задач в аналитике.
Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровня	Сущность, виды и базовые принципы аналитики проектов стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Виды источников данных аналитики туризма. Методы и алгоритмы аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях. Мастер-класс по теории принятия решений и решению многокритериальных задач в аналитике.
Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях	
Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях	Понятие о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях Международные рекомендации по статистике туризма Официальный статистический учет и ведомственная статистика сферы туризма Российской Федерации Альтернативные методики статистического учета в сфере туризма (мобильная связь, бизнес-процессы, интернет, сенсорные устройства и датчики, специальные статистические обследования)
Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях	Понятие о туристских геосистемах Структура и содержание туристских геосистем Подходы к анализу туристских геосистема Примеры эмпирических моделей Развитие территориальных туристских систем Анализ географической организации туристского пространства Геоаналитика при помощи геоинформационных технологий.
Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем	
Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на	Интернет-ресурсы ,содержащие тематическую туристскую информацию в форме инфографических произведений, пространственная информация, туристические карты, создание карты, карты в аналитике стратегического

региональном и муниципальном уровнях	планирования.
Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы	Факторы, определяющие специфику российской экономики (природно-климатический, географический, геополитический, социально-культурный, цивилизационный) и вызывающие необходимость формирования особой российской модели. Фундаментальные особенности российской экономики. Основные направления (блоки) преобразовательных процессов в странах с переходной экономикой: институциональные преобразования, либерализация экономики, макроэкономическая стабилизация, их элементарный состав. Последовательность преобразований. Две основные модели преобразований: либеральная («шоковая терапия») и градуалистская (градуализм). Отличительные черты этих моделей преобразований, их достоинства и недостатки. Факторы, влияющие на выбор модели преобразований в той или иной стране с переходной экономикой. Опыт стран по реализации выбранных моделей трансформации. Сравнение моделей преобразований в странах СНГ. Приоритеты модернизации российской экономики в начале XXI века.

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 обрабатывается 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. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

Вопросы для самоподготовки:

1. Особенности ускорения реализации «пятилеток» («Пятилетка в три года»).
2. Опыт реализации всесоюзных строек и их социально-политический контекст.
3. «Комсомольские стройки»
4. Роль Министерства экономического развития в разработке и реализации стратегических документов экономической политики.

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

Вопросы для самоподготовки:

1. Соотношение доктринальных документов внешнеполитического характера и постановки задач текущей внешней политики государства.
2. Проблема построения отраслевых документов: дилемма между прогнозом и построением целей развития.
3. Соотношение национальных проектов и федеральных проектов. Общие вопросы реализации национальных проектов. Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия.
2. Миссия и цели предприятия.
3. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия.
4. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.
5. Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы.
6. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы.
7. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт.

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Вопросы для самоподготовки:

1. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки.
2. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование.
3. Потребности сегмента.
4. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.
5. Сущность и основные этапы конкурентного анализа.
6. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке.
7. Ценовая конкуренция.
8. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов.
9. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг.
10. Стратегии конкурентной борьбы.

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Вопросы для самоподготовки:

1. Стратегический проект как управленческое решение по реализации стратегии субъекта туристской индустрии на любом уровне.
2. Миссия и видение как ориентиры, направления функционирования компании.
3. Методы стратегического планирования в туризме. Общенаучные методы, экономические, социологические, экспертные.
4. Типология проблем, определяющая выбор метода: стандартная проблема, структурированная, неструктурированная.
5. Принципы, отражающие специфику функционирования туристского рынка и особенности туристского производства.

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация государственного стратегирования туристской и гостиничной деятельности в России.
2. Социальная политика в системе государственного планирования туризма
3. Стратегии развития российского въездного туризма и условия их реализации
4. Оценка рынков сбыта и маркетинг территории.
5. Анализ рисков развития туризма на управляемой территории.

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Вопросы для самоподготовки:

- 1 Цели государственной антимонопольной политики.
2. Главные направления, основные методы и инструменты антимонопольного регулирования.
3. Подходы к расчету уровня монополизации рынка. Условия образования естественной монополии.
4. Регулирование деятельности естественных монополий. Недопущение появления новых монополистов.
5. Меры по демополизации и стимулированию возникновения конкурирующих предприятий.
6. Сферы недостаточной эффективности рынка, проблемы его функционирования, необходимость регулирования.

Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

Вопросы для самоподготовки:

1. Необходимость сочетания рыночных и государственных механизмов регулирования экономики. Важнейшие экономические функции государства.
2. Пределы государственного вмешательства в экономику.
3. Формирование механизмов регулирования экономики, исходя из специфики государств.
4. Основные формы государственного воздействия на экономику.
5. Проблема эффективности государственного сектора экономики. Способы решения проблем низкой эффективности государственного сектора.

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

Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

Иллюстрации:



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/r/RH3Wiml0gLFt9hvQncJzZw5Xa4kGxO1IVYCBRE/slide-3.jpg>

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

Иллюстрации:

«ОТРАСЛЕВЫЕ ДОКУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РФ»

К отраслевым документам относятся:

- 1) отраслевые стратегии, в том числе схемы и стратегии развития отраслей экономики и сфер государственного управления;
- 2) стратегии отдельных сфер социально-экономического развития;
- 3) иные документы.

Отраслевые документы содержат:

1. оценку состояния и показатели развития соответствующей сферы социально-экономического развития РФ;
2. приоритеты, цели, задачи, способы их эффективного достижения и решения в соответствующей отрасли экономики и сфере государственного и муниципального управления

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/5/5oRsg8D1ZLvup7klnAKNGC2m4MPHVrdtbfS9zY/slide-33.jpg>

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

Иллюстрации:



<https://image3.slideserve.com/5986599/slide4-1.jpg>



<https://mulino58.ru/wp-content/uploads/7/b/9/7b933cf0b5d86da8044504783125a7b8.jpg>

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Оперативный (ежемесячный) мониторинг в системе государственного стратегического планирования



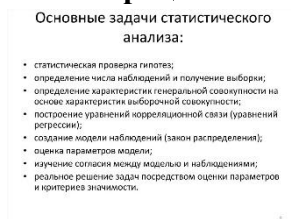
MyShared

<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=e4754eb709e96c548f74302c76bf20be-4586846-images-thumbs&n=13>

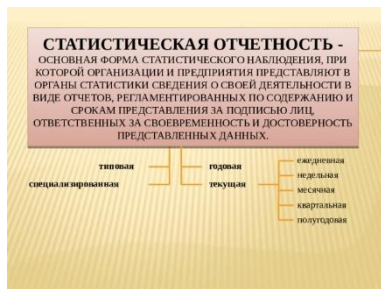
Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/o/OZiuyDcxRvIIQWJ8KdPFVE3zS0jYgqG5NaAU7w/slide-8.jpg>



https://fsd.multiurok.ru/html/2020/01/25/s_5e2bdf093d398/img12.jpg

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Геосистемный принцип проектирования

Геосистемный принцип проектирования направлен на геоэкологическое проектирование, то есть проектирование пространственной природно-технической системы. Оно носит геоэкологическое выражение системного подхода по использованию и охране природных ландшафтов и природно-технических систем.

Технологию предприятия рассматривают во взаимосвязи с состоянием всех компонентов ландшафта, которая должна предусматривать любые изменения этих компонентов. Проектируют не только геотехническую систему в одном состоянии, но и режим ее функционирования и управления с учетом последовательной смены природных процессов и состояний ландшафта, изменчивости и устойчивости его свойств.

Система природоохранных мероприятий включает комплексный контроль за воздействиями, состоянием и изменениями характеристик в природных комплексах, социально-экономическими изменениями, их сопоставление с нормативами и стандартами.

https://mypresentation.ru/documents_5/5ea023c6542ec1f50a7f3ffa81ceb398/img23.jpg



<https://studref.com/htm/img/28/9766/93.png>

Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

Иллюстрации:



https://100-bal.ru/pars_docs/refs/116/115487/115487_html_bfdcd68a.gif

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Аналитическое обеспечение стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

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

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

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

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

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

С этой целью:

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

Подготовка к занятию семинарского типа.

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

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

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

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

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

Самостоятельная работа.

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

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

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

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

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

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

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это

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

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

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

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и

дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

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

Методические материалы к выполнению реферата

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

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

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

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

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

3. Основные требования к введению:

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

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

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

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

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

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

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

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

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

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

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

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

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

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

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

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом

обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

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

Критерии оценки эссе:

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

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

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

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

Методические материалы по выполнению тестирования.

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

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

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

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;

5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.

3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.

4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.

5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

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

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

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

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

Критерии оценки практического задания:

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

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

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

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

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

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

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

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

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

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

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

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

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

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развитием регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Опыт стратегического планирования в СССР	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Опыт стратегического планирования в зарубежных странах	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Современные приоритеты стратегического планирования РФ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

Текст лекции.

Современная ситуация в мире подвержена серьезным изменениям и требует от руководства России особого политического искусства в управлении внутренними политическими процессами и быстрого реагирования на внешние вызовы. Текущий политический процесс характеризуется высокой степенью неопределенности и волатильности и заставляет лиц, принимающих политические решения, искать эффективные средства для его стабилизации. На процесс с высокой энтропией невозможно адекватно реагировать, а это значит, что необходимо не только отвечать на угрозы и негативные изменения, но и упреждать подобные изменения путем развития системы планирования.

На современном этапе все сферы социально-экономического развития России так или иначе определяются политическими решениями, принимаемыми не только на федеральном, но и на региональном и местном уровнях. Сфера политического планирования, таким образом, является сквозным элементом в обеспечении устойчивого развития России на долгосрочный период, хотя пока и не имеет четкого теоретико-методологического и организационного оформления. Приступая к рассмотрению методологических и теоретических аспектов политического планирования, мы неизбежно сталкиваемся с необходимостью применения системного подхода, с точки зрения которого политическое планирование представляет собой вертикальную систему целей, комплекс задач, всеобъемлющий охват и системные результаты [2]. Не менее важен функциональный подход, позволяющий рассматривать политическое планирование как функцию публичной власти и управления. Планирование осуществляется на государственном уровне (ветвями государственной власти) и на муниципальном (органами местного самоуправления) и носит долгосрочный, среднесрочный или текущий характер, декомпозируя, соответственно, стратегические, тактические и оперативные цели. Исторический опыт подтверждает, что система политического планирования должна иметь стержневую структуру и централизованно управляться. Это, однако, не означает, что централизованное политическое планирование должно монополизировать все уровни государственного управления. Несмотря на инстинктивное желание «закольцевать» контроль над имплементацией разноуровневых документов политического планирования, все упирается в ответственность, выгоду, дефицит ресурсной базы.

По мнению В. Н. Расторгуева, «различные политические системы и режимы по разному „осваивают“ и „усваивают“ возможности политического планирования, делая его открытым или закрытым для рефлексии и внешней аналитики, так как многое зависит не от политической воли руководства, баланса сил или выбранной стратегии, а от особенностей правовой системы и сложившихся национальных политических институтов» [4, с. 4]. Представляется, что полномочия, задачи и ответственность, подобно сторонам равностороннего треугольника, должны не просто быть пропорциональны друг другу, но совпадать по величине. В реальности добиться такого трудно. Как правило (в том числе, если мы говорим о сфере государственного и муниципального управления), приходится сталкиваться как минимум с дефицитом времени, дефицитом финансовых средств, дефицитом информации, дефицитом квалифицированных кадров. Зачастую лица, принимающие политические решения, имеют задачи, необходимость их решения и острый недостаток ресурсов.

Особую значимость в связи с этим приобретает функция политического планирования на региональном и местном уровнях. Ключевым становится вопрос не директивных указаний из центра, а интереса или выгоды. Любой руководитель административного звена должен получить возможность участия в осуществлении политики, а значит, быть причастным к ее

планированию. Для организации адекватной системы политического планирования важными становятся делегирование данных полномочий и координация.

Политическое планирование в широком смысле призвано определять содержание политики, выделенное в виде таких политических функций органов власти, как: разработка и определение государственной политики, ее нормативно-правовое регулирование и координация. Содержанием же политики являются определение целей и направлений их достижения, определение функций и распределение их в виде задач, т. е. расстановка приоритетов и разработка правил — законов и подзаконных нормативных актов политического значения. В современной политической науке нет единого подхода, который бы однозначно формулировал направления

координационной деятельности субъектов политического планирования. По нашему мнению, субъекты политического планирования для эффективного ее администрирования должны осуществлять следующие функции:

- проводить совместный анализ состояния политического процесса, его структуры и динамики, прогнозировать тенденции развития, изучать практики выявления и предупреждения конфликтных ситуаций;

- управлять выполнением федеральных, региональных и ведомственных целевых программ;

- разрабатывать, совместно с другими государственными органами, а также научными учреждениями предложения по совершенствованию системы политического планирования;

- готовить и направлять информационно-справочные и отчетные материалы по вопросам политического планирования Президенту Российской Федерации, Федеральному Собранию Российской Федерации и Правительству Российской Федерации, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органам местного самоуправления;

- обобщать практику применения нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы планирования политики и осуществлять подготовку предложений об улучшении организации политического планирования;

- разрабатывать предложения о совершенствовании правового регулирования сферы политического планирования;

- изучать координационную деятельность различных уровней государственного управления, распространять положительный опыт. Фактически руководители органов государственной власти и местного самоуправления — это и есть субъекты, которые должны координировать работу своих комитетов, управлений (структурных подразделений), а также координироваться с другими государственными (муниципальными) органами. Координация деятельности

субъектов политического планирования может осуществляться в следующих формах:

проведение координационных совещаний; обмен информацией по вопросам планирования; совместные выезды в регионы, муниципальные образования для проведения согласованных действий, проверок и оказания помощи, а также изучения и распространения положительного опыта; создание рабочих групп и экспертных советов; проведение совместных целевых мероприятий; взаимное использование возможностей для профессионального развития и повышения квалификации работников; проведение совместных семинаров, конференций; выпуск совместных бюллетеней (сборников) и других информационных изданий; разработка и утверждение согласованных планов координационной деятельности; издание совместных приказов, указаний; подготовка информационных писем, организационно-распорядительных и иных нормативных документов. Выбор названных и иных форм координационной деятельности по вопросам политического планирования должен определяться ее участниками, исходя из конкретной обстановки. Чтобы осуществить стратегическое (тактическое, оперативное) управление, направленное на достижение конкретных целей, недостаточно сформулировать задачи, разработать план действий и обеспечить нормативную базу. Необходимо организовать

постоянный контроль выполнения планов, а при необходимости (с учетом постоянно меняющейся внешнеполитической и экономической конъюнктуры) — корректировку. При разработке документов политического планирования должны

учитываться различия между стратегическим, тактическим и оперативным управлением. По мнению А. А. Кокошина, «в отличие от стратегического планирования оперативное планирование уже касается конкретных операций, действий, их последовательности, составления конкретных графиков, четкого определения ресурсов, необходимых для выполнения тех или иных пунктов плана ... в целом оперативное планирование можно считать стадией детализации, операционализацией стратегии, перевода ее в конкретные показатели деятельности различных структур и организаций» [3, с. 25]. Необходимой составляющей механизма политического планирования является анализ результативности деятельности. Результативность характеризует соотношение поставленных целей и достигнутых результатов. Оценка результативности предполагает наличие измеримых показателей (индикаторов), позволяющих адекватно оценить степень достижения поставленных целей и действия исполнителей, предпринимаемые для достижения этих целей, а также наличие методик, технологий и техник расчета этих показателей по спектру важнейших направлений деятельности.

Цели политического управления необходимо разбить на функциональные группы, далее сгруппировать по уровням государственного (муниципального) управления и отраслям (структурным подразделениям, проектам и т. д.). Все функциональные цели должны удовлетворять следующим условиям:

1. Достаточность и необходимость: каждому направлению деятельности должна соответствовать конкретная цель. 2. Согласованность по целям: необходимо установить четкую очередность достижения целей (например, чтобы исключить ситуацию, когда мероприятия муниципальной реформы в субъекте федерации достигают пика реализации в преддверии выборов в органы местного самоуправления, что приводит к «наслаиванию» экстремумов двух резонансных политических событий).

3. Наличие временных рамок: необходимо установить сроки достижения цели (например, уменьшение уровня социальной напряженности на 15% к концу текущего года).

4. Согласованность по иерархии управления: целевые показатели (индикаторы) низовых уровней не должны противоречить целевым показателям (индикаторам) вышестоящих уровней иерархии государственного (муниципального) управления. 5. Количественная и качественная измеримость: следует определить количественное выражение функциональных целей (например, достижение приемлемого процента явки для обеспечения легитимности выборов, обеспечение необходимого уровня имиджа региона для выгодного позиционирования на внутривнутриполитическом и внешнеполитическом пространстве и т. д.).

Совокупность целей и соответствующих показателей (индикаторов) их достижения должна быть вертикально интегрированной, то есть необходимо добиться сопряжения целей нижних уровней с целями вышестоящих уровней. Необходимо отметить, что существующий опыт регионального политического планирования свидетельствует об отсутствии общего рецепта построения системы целей и показателей их достижения. В каждом конкретном случае такая разработка предполагает обширные исследования по важнейшим направлениям деятельности, а также создание постоянно действующей системы сбора и обработки информации, необходимой для формирования набора целевых значений показателей результативности, и системы мониторинга их достижения.

Вместе с тем реализация такого пути политического планирования и управления по целям и контрольным показателям (индикаторам) позволяет контролировать политический процесс при рациональном использовании имеющихся ресурсов и решить наиболее сложную управленческую проблему — сделать политическое планирование ежедневной работой каждого исполнителя. Совершенствование методов государственного и муниципального управления, по нашему мнению, позволяет использовать накопленный потенциал политического планирования с учетом особенностей конкретного уровня политического

управления и применять при разработке, корректировке, оценке и реализации стратегических планов развития. В любом случае такой

подход предполагает следующие основные этапы политического планирования:

Методологический этап. Определение стратегии (тактики) политического управления (видение и выбор ключевых факторов успеха, стратегические (тактические) цели). Создание на этой основе формализованной политики в каждой управляемой сфере деятельности с измеримыми и достижимыми целями, сформулированной и утвержденной в едином документе. Разработка политики предполагает учет требований вышестоящих систем, существующего опыта в данной сфере, а также указание ограничений ее применимости (сроки и причины пересмотра).

Технологический этап. Разработка показателей достижения целей политики в интересах эффективного политического управления на различных уровнях. Декомпозиция целей/показателей и согласование частных целей с исполнителями. Проекция целей на «карту» органов управления — графическое представление иерархии целей

и показателей их достижения. Проведение исследований и разработка методик расчета показателей (индикаторов) достижения целей. Определение состава необходимой информации для расчета показателей и требований к ее получению. Внедренческий этап. Разработка мероприятий по достижению поставленных целей. Создание системы мониторинга и контроля показателей достижения целей. Осуществляется стыковка показателей с действующими системами управления и учета. Очевидно, политическое планирование является процессом, включающим в себя ряд этапов и шагов. Планирование должно коррелировать с реально существующими механизмами принятия политических решений. Важно не только планирование, но и обратная реакция на планы со стороны лиц, принимающих политические решения. К. Шмитт справедливо указывает, что «если партийно-политические противоположности внутри государства без остатка исчерпывают собой противоположности политические, то тем самым достигается высший предел „внутриполитического ряда“, то есть внутригосударственное, а не внегосударственное разделение на группы „друг–враг“ имеет решающее значение для вооруженного противостояния» [5]. Такое замечание приводит нас к выводу о том, что политическое планирование в целевом аспекте направлено на обеспечение политической стабильности и может стать точкой сопряжения и согласования всех интересов и конфликтов.

Такого же мнения придерживается и Э.В. Бёкенфёрде: «Для поддержания и деятельной актуализации политического единства, каковым является государство, представляется необходимой высшая дееспособная точка сопряжения, которая

готова и способна встать над борьбой и противоборством интересов и способствовать компромиссу и интеграции. Она необходима, чтобы не допустить эскалации противостояния интересов и иных конфликтных потенциалов до группирования „друг–враг“ и тем самым до подрыва самого политического единства» [1].

Закономерно, что высокая энтропия является естественным свойством политической реальности. Это значит, что в любом случае будет иметь место неожиданное развитие событий, а раз так, планирование должно обеспечить общие средства, а также организационную гибкость, делающие возможной быструю адаптацию к непредвиденным обстоятельствам. Таким образом, гибкость является частью хорошего планирования и позволяет «справиться» с неожиданностью как неотъемлемым свойством реальности.

Подведем итог: мы согласны с мнением участников экспертной дискуссии о том, что «масштабные, долгосрочные проекты невозможны без наличия плана» как совокупности представлений о конфигурации политической системы, которая формируется, итеративно уточняется и увязывается многими участниками политического процесса, формальными и неформальными институтами как неким коллективным арбитром.

Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-razvitiya-sistemy-politicheskogo-planirovaniya-v-sovremennoy-rossii?ysclid=lhacys19fa871454337>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Приоритеты научно-технической деятельности в развитых странах мира.
2. Проблема эффективности государственного сектора экономики. Способы решения проблем низкой эффективности государственного сектора.
3. Проблемы и возможности процесса стратегического планирования.
4. Прогнозирование, планирование и программирование социально-экономического развития.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Обзор отраслевых документов стратегического планирования в России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

Текст лекции.

Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках целеполагания по отраслевому и территориальному принципу на федеральном уровне

Статья. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации

1. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации разрабатываются на период, не превышающий периода, на который разрабатывается прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период, по решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации в соответствии с их компетенцией федеральными органами исполнительной власти в целях обеспечения реализации стратегии социально-экономического развития Российской Федерации, стратегии национальной безопасности Российской Федерации, стратегии пространственного развития Российской Федерации с учетом прогноза научно-технологического развития Российской Федерации, стратегического прогноза Российской Федерации, прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период.

2. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации являются документами, определяющими развитие определенной сферы или отрасли экономики, а также могут быть основой для разработки государственных программ Российской Федерации, государственных программ субъектов Российской Федерации, схем территориального планирования Российской Федерации, а также плановых и программно-целевых документов государственных корпораций, государственных компаний и акционерных обществ с государственным участием.

3. Корректировка отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации осуществляется по решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации.

4. К отраслевым документам стратегического планирования Российской Федерации относятся:

1) отраслевые стратегии, в том числе схемы и стратегии развития отраслей экономики и сфер государственного управления;

2) стратегии отдельных сфер социально-экономического развития;

3) иные документы стратегического планирования, которые соответствуют требованиям настоящей статьи и решение о разработке которых принято Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации.

5. Для совокупности отраслей социально-экономического развития или сфер государственного управления разрабатываются межотраслевые стратегии.

6. В топливно-энергетических и транспортных отраслях разрабатываются генеральные схемы, детализирующие отраслевые и межотраслевые стратегии.

7. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации содержат:

1) оценку состояния соответствующей сферы социально-экономического развития Российской Федерации;

2) показатели развития соответствующей сферы социально-экономического развития по одному или нескольким вариантам прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период;

3) приоритеты, цели, задачи и показатели государственного и муниципального управления и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации, способы их эффективного

достижения и решения в соответствующей отрасли экономики и сфере государственного и муниципального управления Российской Федерации, субъекта Российской Федерации, муниципального образования.

8. По решению Президента Российской Федерации или Правительства Российской Федерации в соответствии с их компетенцией отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации могут содержать:

1) сроки и этапы проведения мероприятий, предусмотренных отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации;

2) ожидаемые результаты проведения мероприятий, предусмотренных отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации;

3) план мероприятий на среднесрочный период, в том числе обоснование состава и содержания государственных программ Российской Федерации в соответствующей сфере или отрасли экономики;

4) иные положения.

9. Федеральный орган исполнительной власти, определенный Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации ответственным за разработку и корректировку отраслевого документа стратегического планирования Российской Федерации, обеспечивает координацию и методическое обеспечение разработки и корректировки соответствующего отраслевого документа стратегического планирования Российской Федерации.

10. Отраслевые документы стратегического планирования Российской Федерации утверждаются Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации в соответствии с их компетенцией в течение года с даты утверждения стратегии национальной безопасности Российской Федерации или стратегии социально-экономического развития Российской Федерации.

11. Порядок разработки и корректировки отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации определяется Президентом Российской Федерации или Правительством Российской Федерации в соответствии с их компетенцией.

Статья. Стратегия пространственного развития Российской Федерации

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается в соответствии с основами государственной политики регионального развития Российской Федерации в целях реализации основных положений стратегии социально-экономического развития Российской Федерации и стратегии национальной безопасности Российской Федерации, определяет приоритеты, цели и задачи регионального развития Российской Федерации и меры по их достижению и решению.

2. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

3. Стратегия пространственного развития Российской Федерации разрабатывается на основании решения Правительства Российской Федерации и учитывается при разработке и корректировке схем территориального планирования Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития макрорегионов, государственных программ Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, иных документов стратегического планирования и документов территориального планирования, предусмотренных Градостроительным кодексом Российской Федерации, в целях реализации полномочий органов государственной власти Российской Федерации по предметам ведения Российской Федерации и по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

4. Стратегия пространственного развития Российской Федерации утверждается Правительством Российской Федерации.

5. Содержание, состав, порядок разработки и утверждения стратегии пространственного развития Российской Федерации и подготавливаемых в ее составе предложений о совершенствовании системы расселения на территории Российской Федерации и приоритетных направлениях размещения производительных сил на территории Российской Федерации определяются Правительством Российской Федерации.

6. По поручению Президента Российской Федерации Правительство Российской Федерации разрабатывает основы государственной политики регионального развития Российской Федерации, являющиеся основой для определения приоритетов регионального развития Российской Федерации. Основы государственной политики регионального развития Российской Федерации утверждаются Президентом Российской Федерации.

Статья . Стратегии социально-экономического развития макрорегионов

1. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов разрабатываются на долгосрочный период по решению Правительства Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, совместно с другими участниками стратегического планирования.

2. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов разрабатываются и корректируются в целях обеспечения согласованности проведения в территориальном и временном отношении мероприятий, предусмотренных стратегией пространственного развития Российской Федерации, отраслевыми документами стратегического планирования Российской Федерации, стратегиями социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, генеральными схемами, плановыми и программно-целевыми документами государственных корпораций, государственных компаний и акционерных обществ с государственным участием, в соответствии с положениями, определенными стратегией национальной безопасности Российской Федерации, стратегией социально-экономического развития Российской Федерации, а также на основе данных прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на долгосрочный период.

3. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов могут быть основанием для принятия решения о разработке государственных программ Российской Федерации, сформированных по территориальному принципу для соответствующих макрорегионов, в целях реализации указанных стратегий.

4. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов учитываются при разработке и корректировке государственных программ Российской Федерации, стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, схем территориального планирования субъектов Российской Федерации и иных документов стратегического планирования.

5. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социально-экономического развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, обеспечивает координацию и методическое обеспечение разработки и корректировки стратегий социально-экономического развития макрорегионов.

6. Правительство Российской Федерации обеспечивает согласованность и сбалансированность стратегий социально-экономического развития макрорегионов и стратегий социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, находящихся в пределах соответствующего макрорегиона, в целях осуществления полномочий органов государственной власти Российской Федерации по предметам ведения Российской Федерации и по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

7. Стратегии социально-экономического развития макрорегионов утверждаются Правительством Российской Федерации.

8. Содержание, состав, порядок разработки и корректировки стратегий социально-экономического развития макрорегионов определяются Правительством Российской Федерации.

Источник: <https://studfile.net/preview/6326688/page:4/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программы, проекты и распределение ресурсов организации.
2. Процесс выбора стратегии.
3. Процесс планирования в корпорации.
4. Разработка и доводка стратегии.
5. Регулирование деятельности естественных монополий. Недопущение появления новых монополистов.
6. Роль стратегического планирования в развитии туристского бизнеса;
7. Система планов.
8. Ситуационное планирование и иллюстративный план.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегия. Типы базовых стратегий.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Стратегическое планирование: типы и этапы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Формирование целей и задач стратегического развития туризма и механизм их реализации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Проблемы формирования системы стратегического планирования и управления туризмом	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Роль и деятельность государственных и региональных органов управления в области стратегического планирования и развития туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6.	Программы развития туризма в регионах России: общее, особенное и причины не выполнения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
7.	Понятие «региональный туристский мониторинг»: цели, задачи, принципы, показатели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

Текст лекции.

Введение

Стратегия представляет собой обобщающую модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов.

Стержнем любого плана развития туризма в регионе является его базовая стратегия.

Наиболее распространенными типами базовых стратегий являются:

- стратегия роста;
- стратегия стабилизации или ограниченного роста;
- стратегия выживания.

Стратегия роста применяется в случае динамично развивающейся отрасли. Разработка такой стратегии осуществляется путем систематического значительного повышения краткосрочных и долгосрочных показателей целей.

Стратегия стабилизации традиционно используется в зрелых отраслях. При этом характерным является установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом изменений окружающей среды. Это наименее рискованный способ действия.

Стратегия выживания - оборонительная стратегия. При этом уровень целей устанавливается ниже достигнутого.

Выбор того или иного стратегического подхода в качестве базового зависит от результатов, полученных на стадиях стратегического анализа и целеполагания.

Стратегическое планирование предполагает установление целей и увязку этих целей с ресурсами, которые будут использованы для их достижения. Поскольку эти цели и характер использования ресурсов влияют на перспективное развитие организации, стратегическое планирование ориентировано в будущее.

Субъектом стратегического планирования развития туризма являются государственные, региональные и муниципальные органы управления туризмом, а также руководящие структуры предприятий туризма. Объектом стратегического планирования выступают вся инфраструктура туризма, а также социально-экономические процессы, протекающие в системе туризма.

Стратегическое планирование в туризме базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой стороны - на прогнозах по различным направлениям туристской деятельности, а также различным областям общественного развития (экономика, наука, техника и технология, демография, экология и т.д.).

Стратегическое планирование развития туризма в регионе - это процесс моделирования эффективной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства на определенный период функционирования с установлением целей развития туризма в регионе и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, а также определение способа реализации этих целей и задач в соответствии с ресурсными возможностями региона.

Стратегическому планированию присущи степень неопределенности, временная ориентация процесса планирования и определенный горизонт планирования.

В зависимости от временной ориентации планирования, Р. Акофф выделяет четыре типа планирования: реактивное (учитывающее только прошлый опыт), инактивное («осторожное» планирование, приспособляющееся только к настоящему), преактивное (ориентированное только на будущие изменения, при этом слабо используется прошлый опыт) и интерактивное (ориентированное на взаимодействие всех лучших идей по данным видам планирования в настоящем, прошлом и будущем).

С точки зрения горизонта планирования или периода времени стратегическое планирование может быть краткосрочным, среднесрочным и долгосрочным.

Долгосрочное стратегическое планирование охватывает период 10-15 лет. Выбор такой длительности обуславливается рядом причин и, прежде всего тем, что за этот период происходят, как правило, кардинальные изменения в науке и технике, смена основных фондов, изменения вкусов и предпочтений потребителей в сторону новых видов продуктов и услуг и т.п.

Среднесрочное планирование осуществляется на ближайшие 3-5 лет. В нем установки, сделанные в процессе долгосрочного стратегического планирования, как бы получают свое экономическое обоснование и уточнение с учетом тенденций развития хозяйственной ситуации.

На основе стратегических среднесрочных планов может производиться краткосрочное планирование. Его конкретным выражением могут быть планы развития отрасли с периодом от 1 до 3 лет. Их особенность состоит в том, что показатели ближайшего года могут корректироваться ежеквартально, а показатели второго и третьего - каждые полгода или ежегодно.

В качестве целей разработки стратегии обычно называют следующие:

- удовлетворение потребностей туристов;

- создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса,
- создание благоприятных условий для кооперации туристских, банковских структур, транспортных компаний, гостиничных компаний и т.д.;
- обеспечение развития отдельных видов туризма (социального, яхтенного, лечебно-оздоровительного и т.д.);
- повышение привлекательности региона;
- другие.

Основное содержание стратегического плана составляют формулировки:

- главной цели развития туризма в регионе;
- основных стратегических направлений достижения главной цели;
- целей в рамках стратегических направлений;
- конкретных мер по реализации выбранных стратегий с фиксацией индикаторов выполнения намеченных мер, оценок затрат и эффекта и участников реализации мер.

В процессе разработки стратегического плана выполняются следующие содержательные этапы:

- анализ (диагностика состояния региона (дестинации), изучение внешних и внутренних факторов, определяющих развитие, SWOT-анализ);
- целеполагание (определение и утверждение главной цели, основных стратегических направлений, целей);
- планирование (формирование частных стратегий достижения целей по каждому направлению и отбор мер, распределение ответственности за реализацию плана).

Организация процесса формирования и реализации стратегии развития туризма в регионе представлена на рис.1.

На всех этапах планирования необходим сбор селективной информации, формирование банков данных, что позволяет выделить общий массив данных и таким образом формировать альтернативы развития туризма в регионе.

Итогом стратегического планирования и главным инструментом стратегического управления являются документы стратегического характера: концепции, планы, программы.

Концепция – генеральный замысел (система взглядов), определяющий стратегию действий при осуществлении реформ, проектов, планов, программ.

План – модель намечаемого будущего состояния экономической системы в целом, хозяйства страны, регионов, отраслей, предприятий, компаний.

Программа – совокупность взаимосвязанных мер, план действий, направленных на достижение единой цели, решение одной проблемы.

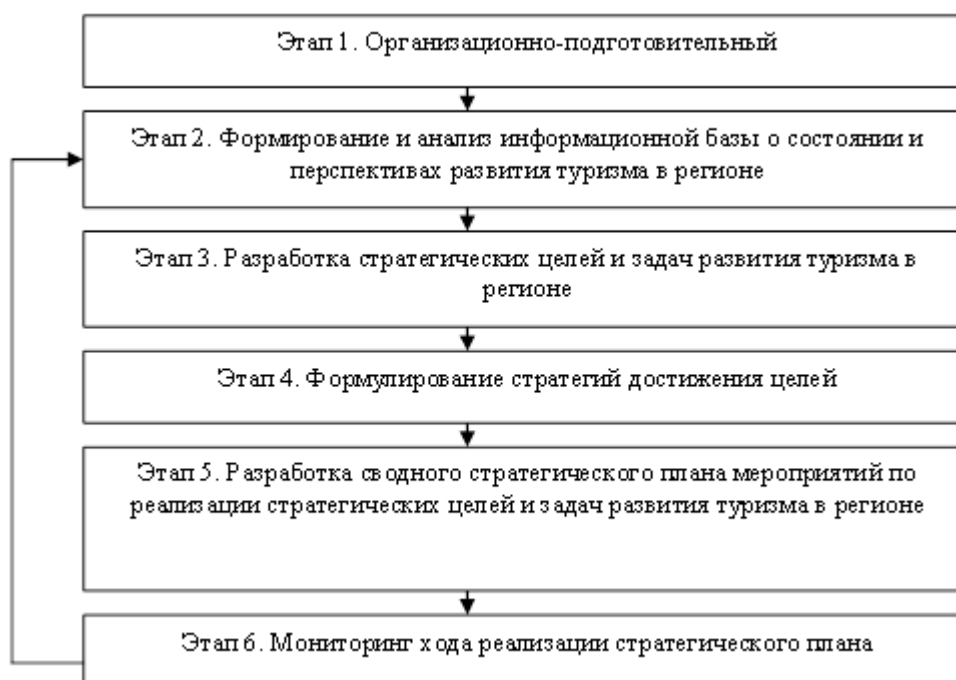


Рис.1. Блок-схема основных этапов стратегического планирования развития туризма в регионе

Осуществление эффективного стратегического планирования предполагает создание системы стратегического планирования, включающей совокупность основных элементов, таких как: процесс планирования, система планов, процесс управления планированием, а также обеспечивающих элементов: подсистемы принятия стратегических решений, организационного и информационного обеспечения, интегрированных в упорядоченной структуре.

Важнейшими нормативно-правовыми документами, определяющими основы планирования развития туризма, являются принятый 20.07.1995 №115-ФЗ Федеральный закон «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 №132-ФЗ (с изменениями), в соответствии с которыми формируется система планирования и прогнозирования на всех этапах управления.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития и развития туризма, показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне регионов, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Рассмотрим основной круг проблем обеспечения стратегического планирования развития туризма.

1. Проблема научно-методического связана прежде всего с отсутствием методических рекомендаций по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что?, в каком порядке?, каким образом? и кто? должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма; по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы как производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), так и обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

2. Огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера в сфере информационного обеспечения процесса стратегического

регионального планирования развития туризма имеется, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации

3. Недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в сфере стратегического планирования развития туризма в регионах.

4. Проблема создания целостных научных основ стратегического планирования развития туризма как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

5. Исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

6. Проблема соответствия системы управления стратегическим развитием туризма кругу решаемых проблем

7. Проблемы бизнес-планирования - практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки бизнес-плана регионального проекта развития туризма.

До настоящего времени практически не удалось сформулировать основные целевые функции устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной большой территориальной социально-экономической системы. Анализ целевых блоков основных стратегических документов, определяющих перспективное развитие туризма в РФ и регионах, показал, что цели заданы на вербальном уровне, по существу, это не цели, а их качественные характеристики – целевые установки. Предлагаемый набор целей не является комплексным, измеримым, зачастую не адаптируется к возможным изменениям внешней среды, т.е. не удовлетворяет в полной мере требованиям, предъявляемым к системе стратегических целей развития социально-экономической системы.

Алгоритм выработки и принятия стратегических решений по развитию туризма как части социально-экономической системы региона представлен на рис. 4.

Левая часть схемы структурирует процессы управления туризмом в регионе, а правая – процессы управления регионом. Совместное их действие формирует процессы управления устойчивым развитием туризма в регионе.

Сформулированная определенная последовательность методологических требований к управлению туризмом является основой формирования структуры управления туризмом (РТА) как частью социально-экономической системы региона (рис.5).

Основные функции РТА: разработка методологических аспектов и организационно-методических основ управления сферой туризма в регионе с широким привлечением всех заинтересованных сторон (например, коммерческих, финансовых организаций, представительств МИД и МВД РФ, паломнических центров различных конфессий, научных учреждений, средств массовой информации, общественных туристских организаций, ассоциаций и т.д.); координация комплексного исследования проблем развития туризма в регионе, характер и актуальность которых определяется динамикой, стохастичностью и направленностью протекающих в сфере туризма процессов; принятие концептуальных решений по развитию туризма в регионе; разработка принципов и обоснование целей устойчивого развития туризма, стратегий, методов с использованием нормативно-правовой базы; исследование тенденций развития туризма в регионе, тенденций и закономерностей изменения факторов внешней и внутренней природы, мониторинг рынков туристских услуг в регионе, а также возможностей и потребностей туристов; анализ инфраструктурного обеспечения, в первую очередь свойства аттракторов; активизация связей, планирование и прогнозирование, выявление негативных тенденций; выявление проблем ресурсного обеспечения как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельно взятого предприятия

туризма, которые анализируются и классифицируются. Эти проблемы могут быть различной природы (например, недостаточно развитая транспортная инфраструктура, дефицит мест размещения туристов, недостаток квалифицированной рабочей силы и др.). Анализ и классификация проблем позволяет концентрировать усилия на решение актуальных проблем, которые легче решать совместными усилиями заинтересованных лиц.

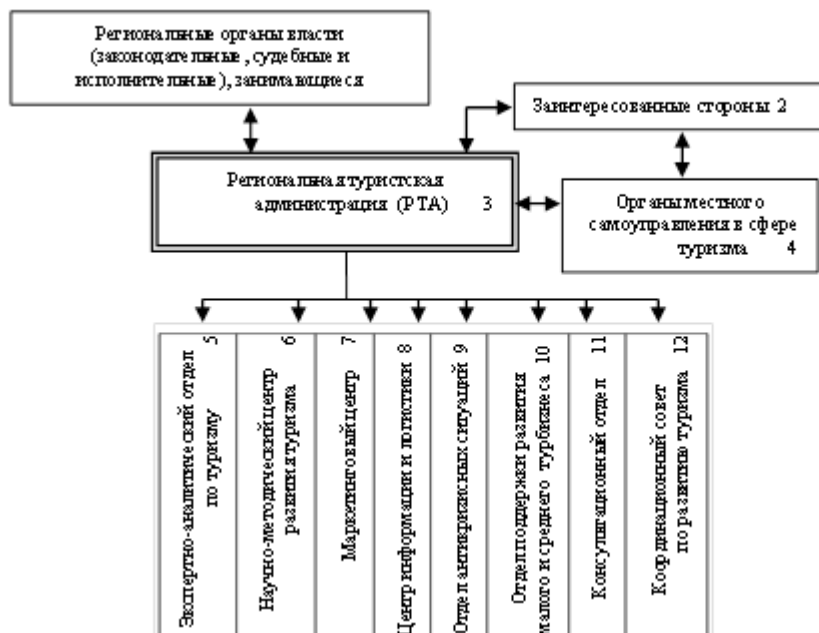


Рис.2. Примерная структура региональной туристской администрации (РТА).

Эти функции могут быть реализованы, главным образом, за счет привлечения инвестиций и вложения средств в инфраструктуру туризма, обеспечения сочетания государственных и рыночных интересов и механизмов. Кроме того, РТА сотрудничает с органами местного самоуправления, наделенными полномочиями в сфере туризма, которые, в свою очередь, разрабатывают проекты местных программ развития туризма и представляют их на утверждение соответствующим местным органам власти, определяют источники финансирования этих программ, привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на территории дестинации к решению проблем развития местного туризма, рациональному использованию туристских ресурсов, содействуют развитию приоритетных видов туризма на территории дестинации.

Переход от решения отдельных проблем к их системному определению и разрешению требует создания в РТА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур (рис.5). Основные результаты работы структурных подразделений РТА закладываются в методологию и концепцию управления туризмом, а также в формулирование стратегических и тактических целей управления системой туризма, разработку методологических и методических основ безопасности развития туризма в регионе. Это позволяет обосновать идеологию и сделать выводы о перспективности развития туризма в регионе, уточнить цели и внести коррективы в структуру потенциалов.

Эффективному планированию и управлению туризмом будет способствовать хорошо разработанная система туристского мониторинга.

Региональный туристский мониторинг - это постоянное наблюдение за состоянием туристской индустрии в регионе, качественная и количественная оценка происходящих процессов на основе определенной системы показателей, с целью эффективного управления ими и возможности прогнозирования их динамики.

Главная цель регионального туристского мониторинга состоит в обеспечении региональных органов управления полной, своевременной и достоверной информацией о процессах, протекающих в сфере туризма, о складывающейся социальной ситуации в связи с развитием туризма.

Субъектом мониторинга является региональный туристский рынок, а объектом - динамика конъюнктуры туристского рынка, происходящие качественные и структурные преобразования в сфере туризма, прямые и косвенные доходы от туризма.

Туристский мониторинг как структурный элемент стратегического планирования развития туризма в регионе должен выполнять следующие основные задачи:

- наблюдение за ходом процессов, протекающих в сфере туризма;
- характеристика и оценка наблюдаемых изменений;
- анализ причин, вызывающих тот или иной характер их протекания;
- прогноз развития социально-экономической ситуации;
- разработка рекомендаций, направленных на преодоление негативных и активное развитие позитивных тенденций.

К мониторингу развития туризма предъявляется ряд требований:

- Достоверность (объективность) мониторинга
- Оперативность
- Систематичность
- Комплексность
- Независимость и объективность

Для наиболее полного отражения сущности социально-экономических процессов, происходящих в сфере туризма, необходимо объединить как их количественные, так и качественные характеристики. С этой целью, исходя из особенностей объекта наблюдения, в организацию мониторинга закладываются следующие принципы:

- тождественности
- системности
- репрезентативности
- экономичности
- максимальной информативности результатов оценки развития туризма в регионе с позиции принятия адекватных решений на региональном и муниципальном уровнях государственного управления.
- сочетания общеэкономических индикаторов с показателями, отражающими результативность деятельности органов государственной власти по решению важнейших экономических и социальных проблем в сфере туризма.

Исходя из принципов организации мониторинга и требований, определяется система мониторинговых показателей (индикаторов) развития туризма в регионе. При их отборе внимание уделяется соответствию показателей таким требованиям, как:

Информация в лекции "12 Процесс функционирования" поможет Вам.

- комплексность показателя;
- функциональность показателя;
- значимость показателя для оценки социально-экономического развития республики;
- прозрачность и простота расчета;
- по возможности единая форма измерения.

Определение и оптимизация перечня мониторинговых показателей осуществляется на основе их экспертной оценки.

Источник: <https://studizba.com/lectures/turizm/regionalnoe-planirovanie-i-razvitie-turizma-i-gostinichnogo-hozyaystva/18741-osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-razvitiya-turizma-i-ego-mesto-v-sisteme-regionalnogo-upravleniya.html>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Определение больших данных, ключевые характеристики.
2. Примеры задач больших данных.
3. Основные виды данных.
4. Дать краткую сравнительную характеристику инструментария ПО для анализа данных.

5. Охарактеризовать конструкции языка R Перечислить типы языка R, привести примеры.
6. Роль аналитика по данным (Data Scientist).
7. Ключевые компетенции аналитика.
8. Отличия BI от Data Science.
9. «Жизненный цикл» проекта по аналитике больших данных.
10. Типовая архитектура проекта в области больших данных.
11. Перечислить используемые технологии, указать степень вовлеченности каждой из технологий на каждом этапе работы над проектом.
12. Что такое Data Mining?
13. Основные задачи и методы Data Mining.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах.	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Методы прогнозирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Текст лекции.

Анализ места и роли стратегического плана развития туризма в системе территориального планирования показал, что они определяются значимостью туризма в общей структуре экономики региона, вкладом отрасли в его социально-экономическое развитие.

Будучи составляющей регионального социально-экономического потенциала, местные предприятия и организации туризма и гостиничного хозяйства оказывают существенное влияние на состав функций, которые регион планирует выполнять в перспективе, основные приоритеты и целевые ориентиры развития его социальной и экономической сферы, градостроительства и управления. В то же время в зависимости от стратегического выбора территории формулируется политика развития туризма. Прямая и обратная взаимосвязь между системой туризма и регионом в целом обуславливает необходимость отражения проблем, существующих в туризме, на всех этапах планирования его развития, что дает основание для постановки вопроса о целесообразности формирования самостоятельного документа стратегического характера — стратегического плана развития туризма в регионе, который должен входить на правах раздела в генеральный стратегический план комплексного социально-экономического развития территории.

Результативность усилий в сфере регионального стратегического планирования устойчивого развития туризма в значительной мере определяется тем важным обстоятельством, в какой степени они обеспечены нормативно-правовой, научно-методической, информационной и кадровой поддержкой. Рассмотрим этот вопрос подробнее.

Важнейшие нормативно-правовые документы, определяющие основы планирования развития туризма, — федеральные законы от 20 июля 1995 г. № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» и от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в соответствии с которыми формируется система планирования и прогнозирования на всех этапах управления. Законом о государственном прогнозировании предусматривается разработка долгосрочных прогнозов, стратегической концепции социально-экономического развития на перспективный период, программы социально-экономического развития и ежегодных прогнозов развития экономики страны. В Законе содержатся четкие положения о необходимости проведения предплановых исследований, формировании концепций и программ развития территорий, налаживании систем социально-экономического мониторинга. На уровне субъектов Российской Федерации и отдельных муниципальных образований принимаются соответствующие нормативные акты, уточняющие и конкретизирующие его положения. Согласно Закону об основах туристской деятельности, целью государственной политики Российской Федерации в сфере туризма является создание здесь современной высокоэффективной и конкурентоспособной туристской индустрии, обеспечивающей, с одной стороны, широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан, а также лиц без гражданства в услугах, а с другой — значительный вклад в развитие экономики страны, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия.

Вместе с тем Закон о государственном прогнозировании не лишен ряда недостатков, среди которых отметим следующие:

- — не определена сущность стратегического регионального социально-экономического планирования, что приводит к непониманию его задач в первую очередь практическими работниками; в результате вместо стратегического планирования продолжается реализация методологических подходов долгосрочного планирования;
- — требует уточнений понятийный аппарат (например, неясность понятия «система целевых ориентиров» приводит к появлению концепций развития регионов, не имеющих комплексной системы целей, что, однако, не мешает осуществлять разработку целевых программ);
- — отмечается необходимость разработки прогнозов на уровне регионов, но нет указания на формирование соответствующих концепций.

Можно указать и на другие недостатки Закона, но основной вывод очевиден — он нуждается в уточнении и корректировке.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития [106], показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне этих территорий. Кроме того, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Значительная неопределенность сложилась в нормативно-правовой сфере стратегического планирования развития туризма в субъектах РФ (более подробно это будет рассмотрено в гл. 7).

Теперь же обратимся к состоянию научно-методического обеспечения изучаемого процесса. В настоящее время существует значительное число публикаций, в той или иной степени посвященных этой проблематике. Однако нас интересуют в первую очередь методические рекомендации по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что, в каком порядке, каким образом и кто должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма. Такие рекомендации должны быть опубликованы, пройти практическую апробацию, рекомендованы к использованию, в идеале — утверждены в соответствующем порядке. Отмеченные требования призваны исключить из анализа монографии, статьи, брошюры, которые, хотя и содержат в названии слова «методические рекомендации», но, по существу, таковыми не являются.

К сожалению, сегодня нам неизвестны методические материалы по разработке и реализации концепций развития туризма в субъектах Федерации, отвечающие сформулированным выше требованиям.

Важной и практически неисследованной остается проблема научно-методического обеспечения экспертизы качества документов, характеризующих стратегическое развитие туризма в регионах. Опыт проведения этих экспертиз показывает, что они не имеют солидной научной основы. Между тем практике необходимы методические рекомендации по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), а также обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

Необходимое условие организации эффективных работ в области регионального планирования развития туризма — информационное обеспечение процесса. Речь идет о том, что разработчики концепций стратегического развития туризма в регионах должны обладать полной и достоверной информацией, характеризующей, во-первых, стартовые условия и исходные предпосылки перспективного развития туризма в регионе, имеющие внутренний характер; во-вторых, потребности туристов и их возможности; в-третьих, потребности и экономическое состояние субъектов управления туризмом и хозяйствования, заинтересованных в перспективном развитии у них изучаемой отрасли.

Анализ ситуации в сфере информационного обеспечения стратегического регионального планирования развития туризма показывает, что при решении первой группы вопросов акцент традиционно делается на использование данных государственной статистики, возможности которой в принципе ограничены.

Что касается учета внешних факторов, определяющих перспективное развитие туризма в регионе, то здесь необходима аналитическая работа, связанная со сбором, анализом и обобщением разного рода материалов (анализ перспективной конъюнктуры на международном, национальном и региональном туристских рынках, изучение интересов возможных конкурентов и т.п.). Работа сложная, однако без учета внешних факторов развития туризма говорить о стратегическом планировании как таковом невозможно.

Итак, в сфере информационного обеспечения процесса стратегического регионального планирования развития туризма имеется огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации.

Эффективная организация работ в этом направлении предполагает наличие соответствующего кадрового обеспечения. Однако именно недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в указанной сфере. Очевидно, необходима разработка и реализация системы мер, направленных в первую очередь на усиление мотивации работников регионального управления туризмом к повышению своей квалификации.

Анализ ситуации, сложившейся в сфере научного обеспечения работ по стратегическому планированию развития туризма, показал, что центральное место здесь занимает проблема создания целостных научных основ исследуемого процесса как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

Формирование целостной, теоретически обоснованной концепции процесса неизбежно выдвигает проблему соотношения потребностей и возможностей туристов и ресурсных возможностей региона.

В современных политико-экономических условиях региональные органы власти и управления туризмом призваны обеспечить финансирование реализации принимаемых ими решений, в том числе носящих стратегический характер. Стоит отметить, что туризм развивается преимущественно за счет средств отдыхающих и поэтому нет необходимости выделять в полном объеме бюджетные средства на его функционирование. Следует эффективно использовать накопленный региональный туристский потенциал, без чего опять же нельзя решить проблемы повышения инвестиционной привлекательности территории и проведения на этой основе активной региональной структурно-инвестиционной политики. Между тем исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

Важным и, к сожалению, фактически не используемым в практической деятельности направлением аналитических работ является выявление и оценка потребностей туристов, поскольку это необходимо при решении таких ключевых задач стратегического регионального планирования развития туризма, как целеполагание, обоснование стратегического выбора развития различных видов туризма в регионе, формирование механизма реализации концепции и т.д.

Не менее значимая составляющая аналитических работ — исследование системы управления туризмом в регионе. Развитие отрасли будет более успешным в том случае, если и на государственном уровне станет проводиться политика поддержки развития туризма различными методами и формами. Иными словами, региональные структуры управления

должны соответствовать (а не противоречить) задачам государственной политики в той же сфере. Анализ мирового опыта показал, что в качестве субъектов управления туризмом на национальном (государственном) уровне выступают государственные органы управления НТА, которые, как правило, имеют свои представительства в ВТО (в структуре ООН). Например, в Великобритании это British Tourist Authority, в Венгрии — корпорация «Венгрия — Туризм». При массе существующих различий в их деятельности, главные цели этих организаций совпадают. Они продвигают свои страны, свои национальные турпродукты на международном и внутреннем рынках. Кроме того, в дополнение к НТА в ряде стран существуют специальные координирующие органы (так, в США это Совет по национальной туристской политике), которые обычно представляют собой централизованные, межведомственные советы, созданные для представления департаментских или других агентств, чьи программы оказывают влияние на сферу туризма [80]. В настоящее время национальной туристской администрацией России является Федеральное агентство по физической культуре, спорту и туризму. Основные его задачи — государственное регулирование законодательства, лицензирование и сертификация отрасли. Несмотря на то что продвижение российского туризма и декларируется в качестве ведущей функции Агентства, постоянное реформирование государственного управления туризмом не могло не сказаться на результатах деятельности этой важной для государства сферы, о чем свидетельствуют аналитические данные [62, 103, 108]. Есть основания полагать, что реорганизация государственных структур в России, в чью компетенцию входит туризм, будет продолжена, хотя это не лучшим образом отражается на развитии отрасли в стране. Между тем зарубежный опыт свидетельствует об эффективности государственных структур в сфере туризма, несмотря на различия организационных форм.

В таблице 3.1 представлен сравнительный анализ систем государственного управления туризмом и методов продвижения национального турпродукта за рубежом, в таких странах, как Испания, Италия, США, Франция и Россия, который позволил выделить наиболее значимые условия для реализации функции продвижения туристских продуктов, а также их характеристики [89].

Показатели и характеристики систем государственного управления туризмом и продвижения турпродукта

Таблица

№ п/п	Показатель и характеристика	Испания	Италия	США	Франция	Россия
1	Организационная форма НТА	Государственный секретариат по торговле, туризму, малому и среднему бизнесу	Департамент туризма (ENIT)	Администрация по туризму и путешествиям	Национальный туристский дом Франции (НТДФ)	Федеральное агентство по физкультуре, спорту и туризму
2	Статус НТА	Входит в Министерство экономики и финансов Испании	Входит в структуру Министерства промышленности	Независимая структура, хотя и поддерживается правительством США	Независимая структура, хотя и с участием государства	Контролируется Министерством здравоохранения и социального развития РФ
3	Источники финансирования НТА	Из бюджета Министерства экономики и финансов	Министерство промышленности	Федеральные субсидии — <ul style="list-style-type: none"> • 46%, • 54% — партнер 	Госбюджет — 50%, взносы частного сектора —	Госбюджет

				ские взносы частного сектора	50%	
4	Расходы на рекламу туристских возможностей, млн дол.	79,0	25,0	70,0	60,0	<1,0 данные 2003 г.
5	Наличие специализированной структуры по продвижению национального турпродукта	Испанский институт туризма Turespana	Национальное управление Италии по туризму (ENIT)	Национальная туристская организация	Отсутствует	Отсутствует

№ п/п	Показатель и характеристика	Испания	Италия	США	Франция	Россия
6	Наличие и количество заграничных представительств	29 заграничных представительств	20 заграничных представительств (ENIT)	Нет данных	33 заграничных представительства	Отсутствует финансирование заграничных представительств
7	Наличие структуры, осуществляющей координацию с представителями профессиональных туристских ассоциаций, общественных организаций, учебных заведений	Главное управление по туризму	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует
8	Наличие структуры (подразделения), осуществляющей связь с представителями бизнеса в сфере туристской индустрии	Внутриотраслевая конференция по туризму	Отсутствует	Отдел в НТО	Подразделение НТДФ	Отсутствует
9	Наличие центра туристской информации или подразделения, занимающегося сбором и распространением информации	Центр Испанской туристской документации	Заграничное представительство	Нет данных	Заграничное представительство	Отсутствует
10	Наличие исследовательского	Институт туристских исследований	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует

	подразделения (отдельной структуры)					
11	Наличие органа по координации деятельности министерств и ведомств, которые по роду деятельности прямо или косвенно задействованы в продвижении национального турпродукта	Межминистерская комиссия по туризму	Отсутствует	Нет данных	Отсутствует	Отсутствует

Итак, к характеристикам систем государственного управления туризмом можно отнести следующее:

- 1) организационную форму НТА и ее статус (государственный туристский департамент, независимый или в структуре министерства; правительственное агентство или бюро в крупном департаменте; ква-зиобщественные туристские власти или корпорации);
- 2) источники финансирования НТА;
- 3) расходы на рекламу туристских возможностей;
- 4) наличие специализированной структуры по продвижению национального туристского продукта;
- 5) наличие заграничных представительств;
- 6) наличие структуры (подразделения), осуществляющей координацию с представителями профессиональных туристских ассоциаций, общественных организаций, учебных заведений;
- 7) наличие структуры (подразделения), осуществляющей связь с представителями бизнеса в сфере туристской индустрии;
- 8) наличие центра туристской информации или подразделения, занимающегося сбором и распределением информации;
- 9) наличие исследовательского подразделения (отдельной структурой);
- 10) наличие органа по координации деятельности министерств и ведомств, которые по роду своей деятельности должны быть прямо или косвенно задействованы в процессе продвижения национального продукта.

Успех или неудача в туристской политике зависит в большей степени именно от усилий НТА, степени воздействия на другие органы государственного управления, инициатив в области законодательства, налоговой, финансовой, экономической и социальной сфер. Как констатируется в Гаагской декларации по туризму, «...поскольку роль туризма будет возрастать... представляется необходимым расширять во всех странах права и обязанности национальных туристских администраций, приравнивая их к тому же уровню, которые имеют администрации, отвечающие за крупные экономические секторы» [32].

В то же время анализ опыта ведущих стран показывает, что только комплексный подход к планированию и управлению развитием отрасли, позволяющий координировать деятельность всех заинтересованных профессиональных, научных, бизнес-структур, а также государственных организаций, может дать результат в продвижении всех видов туризма.

К отмеченным проблемам тесно примыкает еще одна: несмотря на большое количество публикаций по общим вопросам бизнес-планирования на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства, практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки ими бизнес-плана.

Ни одна концепция развития туризма в регионе, за редким исключением, не может быть реализована без государственной поддержки, осуществляемой в той или иной форме. В связи с этим на практике необходимы научно обоснованные рекомендации по формам и инструментам такой поддержки. Ядром механизма региональной концепции развития туризма является программа его развития.

Рассмотренные выше направления научных исследований, связанные с решением проблемы в сфере создания механизма реализации концепции стратегического развития туризма в регионе, имеют преимущественно экономический характер. Однако следует помнить, что создание социально-психологической и нормативно-правовой составляющих механизма реализации концепции также требует научного обеспечения, а это в свою очередь обуславливает необходимость проведения соответствующих междисциплинарных исследований.

Источник:

https://bstudy.net/675261/turizm/strategicheskoe_planirovanie_razvitiya_turizma_mesto_sisteme_regionalnogo_upravleniya?ysclid=lhadro73ic921545511

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Этапы интеллектуального анализа данных.
2. Методы интеллектуального анализа данных.
3. Что такое ИИ? 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.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности статистической информации в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Особенности статистической информации в туризме

Статистическая информация содержит совокупность сведений социально-экономического характера, которые поддаются наблюдению, передаче, преобразованию, хранению и использованию для управления экономическими процессами. Наличие статистической информации — необходимое условие эффективного управления туристской деятельностью на всех уровнях административного управления и в бизнесе. Информационные ресурсы дают представление о состоянии туризма в стране и за рубежом, конкурентоспособности туристского бизнеса и туристских дестинаций на национальном и международном рынках.

Характеристики статистической информации в туризме.

Важнейшей характеристикой статистической информации является ее качество. К качеству информации можно отнести соответствие содержания информации ее потребительским свойствам для разных групп аналитических пользователей. Потребительские свойства информации включают в себя: целостность, востребованность, достоверность и точность, своевременность, доступность, согласованность.

Целостность информации предполагает использование научно обоснованной методологии в процессе наблюдения и обработки информации, соблюдение этических норм при получении информации.

Востребованность информации означает оценку степени необходимости ее получения. Другими словами, в какой степени с учетом временного и стоимостного факторов полученная информация соответствует целям статистического изучения.

Достоверность и точность — признаки, характеризующие отклонения полученных данных в результате статистического наблюдения от их объективного значения (достоверность) и от средней величины (точность). Достоверность и точность измеряются показателями ошибок.

Своевременность определяет продолжительность периода времени, с момента осуществления события до момента обработки и публикации сведений о нем, в течение которого информация остается актуальной и востребованной для пользователей.

Доступность — характеристика возможности получения информационного массива, готовность информации к официальному распространению, в том числе и информированность пользователей о возможности получения информации.

Согласованность означает наличие логической взаимосвязи между показателями и аналогичными результатами статистического наблюдения. Согласованные данные непротиворечивы, сопоставимы, дополняют друг друга.

Статистическая информация в туризме имеет особый межотраслевой и социально-экономический характер. С одной стороны, туризм включает в себя несколько видов экономической деятельности. В соответствии со стандартами ЮН ВТО к основным видам деятельности в сфере туризма относится деятельность средств размещения, пассажирского транспорта, туроператоров, турагентов и туристских гидов, организаций питания, предприятий культуры, организаций отдыха и развлечений и др. Государственные статистические информационные ресурсы содержат информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятий и организаций туристской индустрии. Данная информация формируется на базе данных, получаемых органами государственной статистики от юридических и физических лиц как в ходе их письменного или устного опроса, так и на основе административных данных органов государственной власти управления, формируемых на местах. Государственная статистическая информация имеет оперативный характер, допускает построение динамических рядов в течение продолжительного периода времени.

С другой стороны, на мировом туристском рынке, где расходы посетителей составляют значительные финансовые потоки, существует острая конкуренция между странами с целью получения максимальных туристских доходов. В конкурентной борьбе выигрывают те страны, где существует целенаправленная государственная и бизнес-политика по сохранению и преумножению туристских ресурсов, умелому вовлечению их в экономический оборот с целью привлечения значительных финансовых потоков в национальную экономику. Выработка и эффективное проведение такой политики требуют глубокой аналитической работы. В этой связи ЮНВТО, Евростат, статистические и консалтинговые организации ряда стран освещают методологические вопросы статистики туризма и занимаются глубокими статистическими исследованиями по изучению воздействия туризма на национальную экономику.

За прошедшие 20 лет Россия прочно интегрировалась в мировой финансовый и туристский рынок, заняв положение донора. Она устойчиво находится на пятом месте в мире по объему туристских расходов российских граждан за границей. В связи с необходимостью повышения эффективности интеграционных процессов статистическая информация в туризме должна не замыкаться только в рамках национальной экономики, а в большой мере позволять оценивать конкурентоспособность страны на мировом рынке как в настоящее время, так и в будущем. Например, глубокого изучения требуют приоритеты внутренних и въездных туристов на территории России и отдельных ее регионов, их оценки привлекательности страны по самым разнообразным признакам, в том числе по состоянию туристских ресурсов, культуры, экономики и пр.

Особенностью статистической информации в туризме является многообразие источников ее получения.

Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях

Основная тенденция статистического наблюдения на региональном и муниципальном уровнях состоит в формировании специализированной ведомственной статистики.

Предпосылки создания ведомственной статистики туризма.

Общеизвестно, что официальная статистика туризма, организуемая Росстатом, имеет недостатки. Собираемая информация характеризуется неполнотой, существуют проблемы и с

достоверностью сведений. Так, в Ярославской области по итогам 2007 г. в официальной статистике отражены данные только по 6 из 36 туристских компаний, занимающихся приемом туристов. Отмечаются значительные расхождения в статистической информации, полученной из разных источников. Это относится, например, не только к количеству гостиничных номеров, но даже к числу гостиниц в крупнейшем туристском центре России Санкт-Петербурге. Аналогичные недостатки существуют в статистике туризма в нашем крупнейшем городе Москве. При этом на региональном уровне наиболее полная информация поступает только по показателям въездного туристского потока, а также об объеме платных услуг, оказываемых турфирмами и гостиницами. Внутренний туристский поток не является предметом специальной статистической отчетности Росстата. Совсем нет данных по туристским расходам, отсутствуют оценки роли туризма в экономике страны. Данные по выездному туристскому потоку в региональном разрезе являются неудовлетворительными по полноте и достоверности.

Во многом такое положение дел связано с тем, что организации малого и среднего бизнеса, которые в туристской индустрии составляют более 90% всех хозяйствующих субъектов, плохо представляют информацию. На практике, несмотря на то что существует административная ответственность за непредставление или представление недостоверной информации, эта проблема по-прежнему остается нерешенной. Снизить ее остроту позволяет региональная ведомственная статистика. В ее рамках сотрудники туристских администраций имеют возможность добирать недостающую информацию у многих организаций, закрывая пробелы в отчетах. Кроме того, первичная проверка информации туристскими администрациями позволяет на начальном этапе ликвидировать неточности и ошибки в данных.

В стандартных статистических формах отчетности есть только часть информации, необходимой для планирования и регулирования туристской деятельности. В рамках ведомственной статистики открывается возможность ввести необходимые дополнительные формы отчетности и показатели. Как правило, на муниципальном уровне при наличии небольшого числа организаций туристской индустрии легче решаются проблемы собираемости и достоверности данных.

Государственная статистика не полностью использует возможности специальных обследований в сфере туризма (организаций, туристов и посетителей, домохозяйств и др.). Между тем в западных странах регулярные обследования по методически обоснованной программе являются важнейшим источником сведений о туристской индустрии и туристском рынке. При наличии выраженных потребностей в информации со стороны органов исполнительной власти организовать обследования на региональном и муниципальном уровнях проще. Ниже приводятся примеры результатов регулярных обследований по единой методике, которые проводятся в Ярославской области с 2004 г. В рамках этих обследований собирается информация об особенностях спроса (характеристики туристов и посетителей) и туристских расходах, что позволяет проводить осмысленную маркетинговую и экономическую политику в сфере туризма.

В официальной статистике слабо задействована обратная связь с субъектами туристской индустрии. На местах в процессе регулярного общения туристских администраций с организациями сферы туризма эта обратная связь существует постоянно, что позволяет добиваться лучшего качества и достоверности данных.

Определенной вехой в развитии ведомственной статистики туризма в регионах стало принятие Ростуризмом (приказ № 69 от 18.07.2001) «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации» (приложение 5). С этого момента появилась единая методическая основа для выявления социально-экономического значения туризма и проведения сравнительного его анализа по регионам России. Документ включает показатели объема туристского потока, социально-экономические показатели туристской деятельности (оборот сферы туризма, налоговые поступления в бюджет субъекта федерации от сферы туризма,

количество занятых в сфере туризма), а также общие методические подходы и источники определения этих показателей.

Вместе с тем документ носит рамочный характер, так как оставляет решение ряда принципиальных вопросов на усмотрение региональных туристских администраций. Например, им предоставляется возможность выбора метода для определения численности въехавших в регион туристов и/или комбинации методов из числа нижеследующих:

- ? федеральное государственное статистическое наблюдение по утвержденным Росстатом формам № 1-КСР, № 1 — турфирма и др.;
- ? региональные статистические обследования посредством использования форм статистической отчетности на единовременной или регулярной основе;
- ? непосредственное измерение туристского потока путем организации учета туристов на наиболее посещаемых туристских объектах данного региона (памятниках истории и культуры, в музеях, на природных объектах и др.). В случаях, когда в регионе велика роль культурно-познавательного туризма (Владимирская, Вологодская, Ивановская, Ярославская и другие области), используются дополнительные данные о посещаемости крупных музеев, преимущественно государственных. Если наблюдаются значительные потоки круизных туристов, то дополнительно привлекается информация речных и морских портов о количестве круизных пассажиров (Санкт-Петербург, Нижегородская и Ярославская области);
- ? административные источники (например, регистрация в органах внутренних дел и в Федеральной миграционной службе);
- ? измерение изменений показателей, характеризующих жизнедеятельность постоянного населения региона, в высокий туристский сезон (объема потребления хлеба, вывоза мусора и др.).

Источник: https://bstudy.net/696323/turizm/kontrolnye_voprosy_zadaniya

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В чем состоит рамочный характер «Порядка определения внутреннего туристского потока в Российской Федерации и о вкладе туризма в экономику субъектов Российской Федерации»? Какие вопросы он четко регулирует, а какие — оставляет на усмотрение регионов?

2. Проведите группировку регионов Российской Федерации по особенностям сбора статистической информации в туризме. Перечислите основные факторы, которые будут определять состав выделенных групп.

3. Назовите основные особенности статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях. Охарактеризуйте перспективные тенденции их развития.

4. Почему определить социально-экономические эффекты туризма иногда легче для целого государства, чем для отдельного региона? Обоснуйте свой ответ.

5. Как Вы считаете, в каких регионах в субъектах Российской Федерации наблюдаются наибольшие экономические эффекты от туризма в абсолютных единицах? А в относительных единицах? Почему?

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Геосистемный анализ: понятие, содержание, инструменты	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Геосистемный подход к формированию туристско-рекреационных систем	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Текст лекции.

Туризм – явление уникальное, касающееся практически всех сторон многогранной жизни, поэтому в последние годы он стал привлекательным объектом исследования для многих наук, каждая из которых находит в нем свой предмет изучения. В свете данного геоэкологического исследования необходимо выявить место и роль туризма в территориальной организации общества на основе геосистемного подхода, который предполагает прежде всего определение места и роли туризма в жизни общества. В контексте геосистемного изучения туризм в большей степени связан с социально-экономической

составляющей геосистем и предстает как сложный системный объект с многообразием внутренних связей и внешних отношений с другими системами. Это настолько сложное явление, что даже системный подход вряд ли позволит отразить его в полном виде. Вместе с тем как метод редуцирования системный анализ позволит приблизиться к пониманию особенностей развития территориальной организации туризма. На протяжении последних 30 лет шел процесс становления концепции территориальной организации туризма на основе системной парадигмы. В 70-е гг. утвердилась рекреационная география как ветвь социальной географии с конкретным предметом исследования – территориальной рекреационной системой. Это означало отход от «ресурсной парадигмы», что нашло отражение в работе [1]. Формирование территориальных рекреационных систем рассматривалось с точки зрения потребностей человека и естественно-исторических процессов в рамках социально-территориальных общностей разного уровня [2]. В процессе изучения свойств рекреационных систем в рамках рекреационной географии была обоснована концепция о территориальном рекреационно-хозяйственном комплексе. Огромное методологическое значение этой концепции, на наш взгляд, состояло в том, что она давала возможность изучения взаимосвязей между рекреационным хозяйством и объектами других отраслей на конкретной территории, в то же время рекреационно-хозяйственный комплекс рассматривался как основа, ядро рекреационного зонирования. Понятно, что процесс районообразования выходит за рамки территориальной рекреационной системы, но ключ к анализу территориальной организации рекреационной деятельности был найден. Итак, территориальная туристско-рекреационная система является неотъемлемой составной частью интегральной социально-экономической системы. Существовать и функционировать вне ее она не может по определению. В зависимости от характера природно-рекреационного потенциала и сложившейся туристско-рекреационной инфраструктуры, активности туристского бизнеса и других факторов территориальные туристско-рекреационные системы могут играть различную роль в территориальной организации общества на том или ином иерархическом уровне. С теоретической точки зрения территориальные туристско-рекреационные системы, включающие взаимосвязанные объекты рекреации и туризма, соответствующую инфраструктуру, технические системы, органы управления, обслуживающий персонал и т.п., являются одним из типов территориальных социально-экономических систем (рисунок). Туристско-рекреационная система как форма организации туристско-рекреационной деятельности на определенной территории, в рамках которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории, обладает общесистемными свойствами, характерными для всех типов территориальных социально-экономических систем: открытостью, управляемостью, способностью к самоорганизации и развитию. Для всех социально-экономических систем одним из важнейших свойств также является наличие структуры как жесткой связи элементов системы, поддерживающих ее целостность [3]. Все территориальные социально-экономические системы – это образования дискретные, что отражает сущность экономического геопространства. В то же время все системы в разном их типологическом выражении определяют континуальные образования – районы (специализированные и интегральные) и регионы (при необходимости их выделения для изучения определенных проблем) и являются основой для туристско-рекреационного районирования, наполняя районы реальным содержанием и определяя характер их деятельности. Вместе с тем территориальные туристско-рекреационные системы обладают рядом характерных особенностей, которые необходимо учитывать при их анализе.

Во-первых, в туристско-рекреационных системах чрезвычайно велика роль природной составляющей. В целом, на наш взгляд, взаимодействие природных и социально-экономических систем в рамках интегральных геосистем осуществляется по каналам природопользования, а также выражается в формировании конкретной экологической ситуации. Природные геосистемы определяют природно-рекреационный потенциал территории как один из важнейших факторов формирования территориальных туристско-рекреационных систем, а также условия их функционирования (климатические, орографические, экологические и др.). Во-вторых, территориальные туристско-рекреационные системы чрезвычайно динамичны, так как подвержены воздействию самых разнообразных условий и факторов. Это, с одной стороны, усиливает риски в туристско-рекреационной деятельности, а с другой – позволяет использовать динамические свойства для целенаправленной трансформации туристско-рекреационных систем с целью оптимизации интегральных социально-экономических территориальных систем. В-третьих, туристско-рекреационная система иерархична, как и все геосистемные образования. В упрощенном варианте можно выделить глобальный, национальный и региональный уровни. Развитие туризма на национальном уровне во многом определяется политикой государства, нормативно-правовой базой, создающей условия для развития туристского бизнеса. Повышение эффективности отечественной туристской индустрии связывают с формированием региональных концепций развития туризма в рамках региональных целевых программ социально-экономического развития. Понятно, что разумно выстроенная стратегия и тактика туристского развития могут способствовать решению многих социально-экономических проблем в регионе. При этом туристская деятельность не просто ведет к отчислениям в местный бюджет, а является методом привлечения платежеспособного клиента (туриста, экскурсанта) в регион или конкретный центр, где он с удовольствием оставляет свои деньги в обмен на товары и услуги. Срабатывает мультипликативный эффект, создаются новые рабочие места. Трудно найти более эффективное средство для оптимизации региональной экономики, чем туризм. Всемирная туристская организация (ВТО) при ООН придает огромное значение планированию развития туризма на национальном, региональном и даже местном уровнях. ВТО выпущено несколько специальных методических пособий для специалистов по планированию развития туризма на местном и региональном уровнях. Это позволяет развивать туризм и управлять им на контролируемой, комплексной и устойчивой основе. Безусловно, создание подобных рекомендаций существенно облегчает задачи разработчиков региональных программ. Вместе с тем, на наш взгляд, целесообразным было бы более широкое использование системного подхода при разработке стратегии развития туризма в странах и регионах. Это предполагает серьезные научные исследования, предшествующие разработке конкретных программ развития туризма. Таким образом, всю разностороннюю по характеру деятельности сферу туризма можно представить в виде туристско-рекреационной территориальной системы. При этом важно помнить об одном из основных системных свойств – иерархичности, что означает: региональная туристско-рекреационная система входит в состав более высокой по рангу системы (зональной, национальной) и, в свою очередь, состоит из более мелких туристско-рекреационных территориальных систем (районных, локальных). Вертикальные связи по иерархии обеспечивают устойчивость региональных систем, всеохватность и целостность туристско-рекреационного развития, включающую расчет и анализ социальной и экономической эффективности [4]. Итак, только грамотно проанализировав ситуацию и состояние территориальных туристско-рекреационных систем разного уровня, можно говорить о перспективах развития туризма и разработке

соответствующих программ. При этом с позиций системно- структурного подхода необходимо прежде всего думать об эффективном развитии всей интегральной социально-экономической системы, составной частью которой является туристско-рекреационная система. Межсистемные связи весьма разнообразны. Их прежде всего определяет эффект мультипликации, когда потребности туристско-рекреационной сферы стимулируют развитие смежных отраслей (торговля, производство сувениров и т.д.). Кроме того, увеличивая занятость населения, туризм способствует решению многих социальных проблем. В дополнение ко всему приток туристов в регион положительно влияет на развитие транспортной и социальной инфраструктуры, в ряде случаев способствует хранению и эффективному использованию историко-культурного наследия. Вместе с тем увеличение рекреационной нагрузки на природные геосистемы порой становится серьезной проблемой. Все это еще раз подтверждает мысль, что территориальные туристско-рекреационные системы – неотъемлемая часть целостных интегральных геосистем.

Источник: <https://cyberleninka.ru/article/n/geosistemnyy-podhod-k-formirovaniyu-turistsko-rekreatsionnyh-sistem?ysclid=lhaebv53dx332917936>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социальная политика в системе государственного планирования туризма
2. Социально-экономическая роль туризма;
3. Стратегии развития российского въездного туризма и условия их реализации
4. Стратегии развития российского въездного туризма

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развитием регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация и характеристика туристских интернет- ресурсов	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Туристические карты	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Туристические карты в аналитике стратегического планирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Текст лекции.

Классификация и характеристика туристских интернет- ресурсов

По уровню представления в Сети онлайн-ресурсы Рунета можно подразделить на сайты общего назначения, специализированные сайты и порталы, порталы для профессионалов турбизнеса, сайты фирм — туроператоров, сайты туристических агентств.

Сайты общего назначения.

В таких сайтах есть туристические разделы. Наиболее часто туристские разделы встречаются в каталогах ресурсов, среди которых наиболее посещаемые:

? раздел «Вокруг света» портала «MAIL.RU» (URL : list.mail.ru/catalog/10894.html; см. Приложение, рис. 1). Здесь собраны ссылки на более чем 3000 страниц посвященных туризму, путешествиям, странам, курортам, турфирмам, причем сгруппированы они в несколько десятков подкатегорий, что значительно облегчает поиск нужного ресурса;

? специальный туристический раздел на Rambler — Рамблер-Путешествия (URL: <http://www.rambler.ru/travel/>), который открылся в 2002 году. Основной упор на этом сайте сделан на размещение рекламных модулей туристических фирм, при этом содержательная часть представлена весьма скромно (см. Приложение, рис. 2).

Реклама на этом проекте формально характеризуется высокой эффективностью и не менее высокой стоимостью;

? туристский проект — Яндекс-Отпуск. Здесь также был сделан упор на размещение туристической рекламы в виде тестово-графических HTML-блоков. Однако до настоящего времени проект не дожил в связи с экономической неэффективностью и проект сайта сохранен только в архиве студии Артемия Лебедева (см. Приложение, рис. 3);

? проект Gismeteo-Tourism известного погодного сайта (URL: <http://tourism.gismeteo.ru/>). Проект также представляет собой сборник рекламных модулей туристических фирм (см. Приложение, рис. 4). Рекламная «дочка» метеорологического проекта Gismeteo, находится под единым руководством с проектами Votpusk.ru и Otzyv.ru. к 2014 году среднеуточная посещаемость в сезон — около 20 тысяч.

Перечень проектов можно продолжить, но отметим следующую особенность. Размещение рекламных модулей на таких сайтах формально имеет высокую отдачу, ведь большинство посетителей попадает на такие сайты по баннерной рекламе. Веб-серферу, попавшему на такую страницу, сплошь состоящую из рекламных блоков, ничего не остается, как нажать на один из многочисленных баннеров рекламодателя и оказаться на его сайте. Постоянная аудитория на этих сайтах практически отсутствует.

Специализированные порталы и сайты.

Туристические порталы можно рассматривать в качестве онлайн-рекламных площадок, призванных способствовать продажам услуг рекламодателей — туроператоров и турагентств. Источником доходов порталов могут быть как баннерная реклама и платное размещение информации о турфирмах и их предложениях, так и комиссионные, полученные от турфирмы за заказы с сервера. Также констатируется тенденция, когда туристские порталы сами становятся продавцами. На порталах можно послать заявку на тур через специально разработанную форму или запросить информацию о подходящем предложении по электронной почте. Обычно такие предложения выглядят в виде строчек с указанием фирмы-продавца, курорта, категории отеля, вида транспорта, дополнительных услуг в туре, минимальной или максимальной цены и т.п. Примечательно то, что сотрудник турфирмы сам может в режиме реального времени заносить и изменять свои туры. И если не продается, например, Австрия, можно начать рекламировать туры в Египет. В некоторых ресурсах реализован механизм онлайн-заказа тура, в некоторых сайтах есть возможность вставлять прайс-листы или программы туров, писать развернутые комментарии и т.п. Причем фирмам-рекламодателям в этом случае не обязательно иметь свою страничку в сети, а достаточно указать свой e-mail или телефон. Можно не только заказать турпоездку, но и подобрать себе компаньона: одноместный номер в отелях обходится дороже, чем место в двухместном. Желая сэкономить туристы подыскивают себе приемлемого соседа по номеру. Подобные страницы пользуются большой популярностью.

Не меньшим успехом пользуются и онлайн-туристические конференции (форумы) на туристических сайтах. В них любой пользователь Сети может высказать свое мнение о работе той или иной турфирмы, посоветовать другим, где лучше отдохнуть, спросить у аудитории как ему лучше поступить в той или иной ситуации при выборе путевки, курорта, турфирмы и т.п. Обычно выступая в таких форумах анонимно, либо под псевдонимами, люди особо не стесняются в выражениях, для участников конференций практически не существует никаких авторитетов.

На многих порталах собраны большие коллекции различных рассказов туристов о своих поездках и впечатлениях, в качестве примера следует отметить Форумы Travel. Ru (URL: <http://forum.travel.ru/board/ikonboard.cgi>; см. Приложение, рис. 5).

Наиболее известные и популярные туристские порталы:

- ? «ЮОДорог.ру» (URL : <http://100dorog.ru/about/addresses/>) — существует с 1996 года, имеет свой зарегистрированный торговый знак, создатель «Аримсофт». В 2007 году начались работы по полной переделке системы управления сайтом. За основу была взята разработка компании QuantumArt — QuantumArt Publishing Framework. За это время были реализованы следующие разделы: Полностью переведен на новую реализацию Клуб Стодорожников, Отзывы, Фотогалерея, Видеотека, Конкурс «Бесселлер», Опросы аудитории; Переведен раздел ТурГид, блоки Новости, «Страноведение», Отели, События, Статьи, «Учимся отдыхать», «Интересные Туры»;

- ? Переведен раздел Поиск Попутчика; Переведен раздел Турмаркет, блоки Туркомпании, Туры; Материалы на сайте можно комментировать, Отзывы, Фото, Видео,

События — можно добавлять участникам клуба Стодорожников. Комментарии к материалам сайта можно добавлять анонимно;

- ? ранее уже упомянутый сервер Travel.ru — существует с 1997 года;
- ? Turizm.ru (URL: <http://www.turizm.ru/>)/TurGid.ru (URL: <http://turgid.ru/>) — сайты администрирует «Бюро интернет-маркетинга», существующее с 1998 г. Сервер Turizm.ru содержит поисковую систему по всем разделам сайта. В частности, отметим «Поиск информации о турфирмах и отзывов», а также свою систему рейтинговых оценок турфирм (см. Приложение, рис. 6). TurGid.ru аналитической информации по турфирмам не содержит;

- ? «Туристический маяк» (URL : <http://www.mayakinfo.ru/>; URL : <http://www.votpusk.ru/>) — рекламно-информационный сервер, представлен в сети с 1999 г. Название «МАЯКИНФО» хорошо знакомо многим представителям турбизнеса как доменное имя одного из первых российских туристических интернет-проектов — «Туристический МАЯК» — www.mayakinfo.ru. Коллектив, работавший над созданием сайта, принял непосредственное участие в формировании самого рынка рекламы туристических услуг в Интернет — его терминологии, ценовой политики, технологии, форматов. 1999 год — начал работу Сайт «Туристический МАЯК»; 2002 год — «Туристический МАЯК» получил новое название — «В ОТПУСК.РУ» — www.votpusk.ru; 2003 год — при поддержке самого популярного в России погодного интернет-сервиса GISMETEO. RU реализован новый успешный рекламный туристический проект TOURISM.GISMETEO.RU; 2005 год — создано специализированное Агентство МАЯКИНФО, предлагающее проведение эффективных рекламных кампаний в сети «Интернет» для туристических фирм; 2009 год — начало активной работы сайта ОТЗЫВ.РУ;

- ? РБК-TRAVEL (URL: <http://travel.rbc.ru/>) — сайт появился в середине 2001 года, как проект группы компаний РБК. Ведущий российский медиахолдинг РБК работает в сферах масс-медиа и интернет-сервисов. Среди проектов РБК — крупнейший портал новостей и деловой информации www.rbc.ru, газета «РБК Daily», журнал «РБК», крупнейший деловой телеканал в России;

Порталы для профессионалов турбизнеса.

Эти сайты примерно можно разделить на две категории.

Первая категория — порталы, размещающие материалы, рассчитанные на повышение профессионального уровня участников и создание своеобразной среды общения работников турбизнеса. Обычно на таких сайтах размещается лента туристических новостей, объявления о приеме/поиске работы в туризме, календари проведения различных деловых мероприятий (выставки, презентации, семинары и т.п.). Некоторые сайты публикуют деловые аналитические статьи, анонсы материалов профессиональной прессы и т.п. На сайте ТУРДОМ (URL : <http://www.tourdom.ru/>) действует постоянная закрытая конференция туристических профессионалов.

Большинство таких сайтов это онлайн-версии профессиональных туризданий или их дочерние проекты. К этой категории относятся сайты:

- ? www.tourdom.ru — ИС «Банко», журналы «Горячая линия-туризм», «Чук и Гек»;

- ? www.tourinfo.ru — газета «Туринфо» (URL: <http://tourinfo.ru/>);

- ? www.ratanews.ru — онлайн-газета «Российского союза туринду-стрии» (URL: <http://www.ratanews.ru/>);

- ? www.profi.travel.ru — профессиональный раздел сайта TRAVEL.RU (URL: <http://profi.travel.ru/>);

- ? www.tonkosti.ru — это живой, непрерывно обновляемый и дополняемый справочник практической информации для туристов. Его авторы профессионалы, которые знают свои направления лучше, чем кто бы то ни было (URL: http://tonkosti.ru/ToHKOcra_TypH3Ma).

Вторая категория туристских сайтов — это системы ценового анализа предложений туроператоров. Не секрет, что на массовых, наиболее востребованных направлениях туризма

действуют десятки туроператоров у которых примерно сходные предложения на одни и те же отели, экскурсионные программы и т.п. Поскольку туристский рынок очень динамичен, изобилует спецпредложениями, что усложняет работу рядовых менеджеров турагентств по отслеживанию ежедневных изменений цен у большинства операторов. Эту функцию выполняют системы ценового анализа. Они собирают в единую базу данных все предложения операторов по направлению и предоставляют агентствам за определенную плату доступ к этим базам, из которых видно, какой туроператор предлагает наиболее выгодные условия на тот или иной тур, отель, экскурсионную программу и т.п. Агенту только остается выбрать предложение по лучшему соотношению цена/качество/надежность оператора. В качестве примера можно привести несколько таких систем:

- ? www.profi.tury.ru — туристический портал www.TURY.ru содержит консолидированную информацию по туризму и предоставляет посетителям 4 вида доступа с различными правами и возможностями. Система [TURY.ru](http://www.TURY.ru) предлагает турагентствам полностью обновленный и модернизированный профессиональный сервис (URL : <http://www.tury.ru/doc.php?id=53&mn=ta>);
- ? www.all-spo.ru — База данных спецпредложений туроператоров A11SPO предназначена только для туристических агентств и операторов. Частным лицам доступ не предоставляется. (URL: [http:// www.allspo.ru/](http://www.allspo.ru/));
- ? www.spyglass.ru — в сентябре 2013 г. туристическая дистрибутивная система Spyglass закрыта для внешних пользователей (URL : info@spyglass.m).

Сайты фирм-туроператоров.

/b>Наиболее крупные туроператоры стали применять внутрикорпоративные системы бронирования своих туров с использованием сети Интернет. Турагент из базы туров, размещенной в Интернете, выбирает одно из предложений, заносит свои реквизиты, данные на туристов, которые попадают во внутреннюю базу туроператора. Система автоматически в реальном режиме времени пересчитывает изменения в ценах на турпакеты, учитывает нестандартные размещения и выполняет другие функции. При этом агентство в реальном времени может проследить этапы прохождения заказа, оценить загрузку отелей, рейсов и т.п. Преимущества таких систем очевидны: практически полная автоматизация всех бизнес-процессов, минимизация влияния негативных последствий «человеческого фактора» (забыл заявку подтвердить, факс не отправил и т.п.), оперативная поставка информации необходимой агентствам (цены, stop-sale, загрузка отелей и т.п.). Недостаток — высокая начальная стоимость разработки, отсутствие устоявшихся бизнес-процессов, требующее периодического «доведения» системы, необходимость наличия компьютеров, постоянно подключенных к Интернету. Такими системами обладают и, по отзывам агентств, реально бронируют с большими объемами:

- ? «Натали-Турс» (URL: <http://www.natalie-tours.ru/>);
- ? «Тез-тур» (URL: <http://www.tez-tour.com/>);
- ? «ДеТур» (URL: <http://www.de-tur.ru/>);

? «Пегас туристик» (URL: <http://pegast.ru/>).

Впервые на рынке внутреннего туризма систему интернет-бронирования начала еще в 1998 г. использовать компания «Алеан» (URL: [http:// www.alean.ru/](http://www.alean.ru/)) для продажи в режиме online мест в санаториях и пансионатах Подмоскovie, Краснодарского края и Золотого кольца Сайты туристических агентств.

Наиболее технологичными среди этих сайтов являются электронный магазин. Главная особенность такого сайта — детализированное описание каждого объекта продажи туристических услуг, будь-то билет на самолет или поезд, отель, автомобиль в аренду или страховой полис. Современное состояние интернет-платежей уже сегодня позволяет совершать покупки туристических услуг через Интернет, не выходя из офиса. Оплату можно сделать кредитной картой или со своего интернет-кошелька в системе Web-Money (URL: <http://www.webmoney.ru/>) или Yandex. Деньги (URL: <https://money.yandex.ru/>). Курьер в назначенное время привезет необходимые документы по туру. Единственная позиция,

сводящая на нет все усилия по продвижению туристских интернет-магазинов — это абсолютно офф-лайновая система получения документов. Решением проблемы может быть электронный тур по аналогии с электронным билетом.

Электронный билет или e-ticket (ET) — это электронная форма билета, предлагаемая взамен обычного билетного бланка. Бронирование мест на рейс осуществляется стандартным образом, однако информация о путешествии, отражаемая на авиабилете, не печатается на бланке, а хранится в специальной базе данных авиакомпании в электронном виде. На данный момент электронные билеты в РФ можно купить на большинство авиарейсов и на некоторые поезда.

Внедрение E-ticket имеет несомненные преимущества:

- ? экономия времени — необязательно ехать в кассу и стоять в очереди за авиабилетом, можно просто купить его через Интернет;
- ? нельзя потерять — электронный билет хранится в надежно защищенной информационной базе авиаперевозчика;
- ? покупка из любой точки мира — можно купить электронный билет для своих родственников или друзей, даже если они находятся в другой стране, а им останется лишь приехать в аэропорт и сесть в самолет;
- ? стоимость ниже — электронные билеты дешевле, чем бумажные, поскольку в стоимость билета на бумажном бланке входит цена самого бланка и другие расходы;
- ? регистрация на авиарейс за сутки до вылета — некоторые авиакомпании в дополнение к электронному авиабилету также предлагают онлайн-регистрацию на рейс, которая обычно открыта за 24 часа до вылета, а не за 2—3 часа, как в аэропорту, поэтому вы можете выбрать себе удобное место в самолете.

Электронный билет можно купить через Интернет, в обычной кассе или агентстве. Говоря об электронном авиабилете, многие отождествляют его с продажами авиабилетов через Интернет, однако это не совсем так — его можно купить и в обычной кассе или агентстве, а возможность продажи через Интернет — не суть электронного билета, а лишь одно из его преимуществ.

«Электронный» не означает «безбумажный» или «безбилетный» (по крайней мере, в настоящее время): при покупке электронного авиабилета пассажир должен получить документ под названием «маршрут-квитанция». Маршрут-квитанция содержит полную информацию о маршруте, форме и деталях оплаты перевозки, аналогично бумажному билету. В случае покупки электронного билета через Интернет маршрут-квитанция высылается пассажиру по электронной почте.

Маршрут-квитанция носит исключительно информационный характер — поэтому в случае утери ее всегда можно распечатать заново. Рекомендуется иметь маршрут-квитанцию при себе на протяжении всего путешествия, особенно если вы вылетаете за границу.

Летать по электронному билету проще обычного — в назначенное время вы приезжаете в аэропорт и на регистрации предъявляете маршрут-квитанцию и документ, на который был оформлен ваш авиабилет (для полетов по территории РФ это общегражданский или заграничный паспорт — для взрослых, и свидетельство о рождении — для детей). Если электронный билет был оплачен пластиковой картой, в целях безопасности некоторые авиакомпании могут попросить вас предъявить саму пластиковую карту.

Возврат или обмен электронного авиабилета производится по тем же правилам, что и возврат или обмен бумажного авиабилета. Денежные средства, уплаченные за авиаперевозку, могут быть возвращены только тем же способом, каким была произведена оплата — т.е. на ту же банковскую карту или на тот же счет в электронной платежной системе.

Компаний, продающих электронные билеты через Интернет более, чем достаточно. В качестве примера — «Мобильный билет» (URL: [http:// www.mobiticket.ru/](http://www.mobiticket.ru/)), продающий электронные билеты с 2007 года.

Основное преимущество электронного магазина — удобство для клиента и благоприятное воздействие на потенциального покупателя. Электронный магазин, в значительной мере, помогает разрушить элементы недоверия к неизвестной фирме и создать ей имидж надежной компании. Кроме того, большинство клиентов к моменту прихода в офис уже определились с выбором тура, что значительно снижает нагрузку на менеджеров в офисе. Если в программном обеспечении предусмотрена связь с внутри-офисной программой, то к моменту прихода туриста в офис ему уже могут быть выписаны необходимые документы. Недостаток таких систем — необходимость ведения большой базы данных по турам, наличие в штате турфирмы специального администратора магазина, использование сложного программного обеспечения и, соответственно, высокая (от 3000—5000 долл. США) стоимость создания сайта.

В числе функционирующих магазинов по продаже туров с курьерской доставкой агентство «Хочу отдохнуть» (URL : <http://www.wantrest.ru/delivery/>). Доставка туров может выполняться в «электронном формате». Это — нововведение, которое действует с 2009-го года на международном уровне. Все крупные туроператоры сегодня используют электронный документооборот. Это позволяет не оформлять для каждого клиента документы на бумажных бланках, а просто пересылать их копии по e-mail. Электронный документ, по сути, заменяет обычные бумаги по туру и позволяет быстро найти сведения о заказе конкретного туриста. Записи о вашем путешествии, оплаченных услугах, страховании и пр. находятся в базе данных туроператора (авиакомпании, отеля). Таким образом, чтобы получить услугу, достаточно предъявить распечатанный на листе формата А4 электронный документ.

Обычно при доставке тура передается всего три документа.

- 1) авиабилет (маршрут-квитанция) (см. Приложение, рис. 7) — он оформлен в виде маршрут-квитанции с уникальным номером. Маршрут-квитанция подтверждает право на перелет (фактически, является аналогом билета). В ней указываются все сведения по полету — маршрут, детали оплаты полета, время вылета и приземления, данные пассажира и т.п.;

- 2) полис международного страхования (см. Приложение, рис. 8) — этот документ обязательно передается при доставке тура. Именно он является подтверждением права на медицинскую помощь в соответствии с договором страхования. Срок действия полиса должен «покрывать» весь период вашего пребывания на отдыхе, включая день прилета и день вылета;

- 3) ваучер — пожалуй, самый важный документ по туру, который подтверждает права на получение услуг, входящих в состав путевки. В ваучере от агентства «Хочу отдохнуть» содержится три купона. Один необходимо предъявить на стойке туроператора в аэропорту по прибытии, а также при посадке в автобус во время трансфера от аэропорта до отеля. Второй купон предъявляется при заселении в отель на ресепшене, сотрудники отеля обменяют его на ключи от номера. Третий купон должен находиться у туриста до конца отдыха. Он потребуется при выезде из отеля, его нужно будет предъявить сотруднику, обеспечивающему ваш трансфер до аэропорта от отеля.

Основные направления использования Интернета в туризме

Деловая информация

Информация в Интернете многообразна, огромна, непрерывно увеличивается и потому требует классификации для системного использования в практике туризма. Классификация может осуществляться по разным основаниям.

По способам представления информации могут быть выделены интернет-проекты веб-страниц, файловых серверов и телеконференций. Информационные ресурсы этих проектов также могут быть разделены по языковому признаку. В сети «Интернет» представлены практически все основные языки, однако главным языком в силу исторически сложившихся традиций является английский. Ряд сайтов представляет информацию на нескольких языках.

Информационные ресурсы также могут быть разделены по языковому признаку. В сети «Интернет» представлены практически все основные языки, однако главным языком в силу

исторически сложившихся традиций является английский. Ряд сайтов представляет информацию на нескольких языках.

В сети имеет место классификация и по *территориальному признаку*. Ряд сайтов предоставляет свою информацию для потребителей определенного региона, хотя доступ к сайту возможен и из любой точки сети.

С точки зрения потребителя вся информация в Интернете может быть классифицирована по телекоммуникационным информационным рынкам:

- ? рынок электронной информации включает деловую информацию, которая, в свою очередь, делится на биржевую и финансовую, экономическую и статистическую, коммерческую, на справочные данные предприятий и деловые новости; юридическую информацию, к которой относятся указы, законы, постановления и инструкции; информацию для специалистов, представленной научно-технической, справочной (физика, техника, информатика и т.д.), профессиональной, спец информацией из разных областей науки, библиографической и реферативной информацией, а также полнотекстовыми электронными данными; информацию для широкого потребления: новости и пресса, потребительская информация, сведения о погоде, программы теле и радиопередач, расписание транспорта, информацию об отелях и ресторанах, прокате и т.п.;

- ? рынок электронных сделок представлен сервисами банковских и межбанковских операций, электронных бирж, аукционов и торгов, бронирования и резервирования билетов и гостиничных услуг, заказа товаров;

- ? рынок электронных услуг представлен услугами трудоустройства, обучения и консультаций, поиска информации в глобальных сетях, создания информационных систем и выполнения расчетов на ЭВМ;

- ? рынок сетевых коммуникаций представлен электронной почтой, телеконференциями, электронными досками объявлений и провайдерскими услугами;

- ? рынок программного обеспечения представлен системным и программным обеспечением, системами организации данных, программами для делопроизводства, медицинскими системами, обучающими программами, играми.

Наиболее важным аспектом классификации является содержание информации.

Деловая информация, необходимая в предпринимательской деятельности, по этому критерию может быть разделена на следующие группы.

- 1. Сведения о фирмах, организациях. Эта группа сведений существенно различается по своему наполнению для различных организаций. Различия определяются степенью освоения организацией возможностей Интернета по продвижению продукции или услуг. Различают три типа серверов данной группы (категории): серверы присутствия в Интернете (рекламные и информирующие); информационные серверы и интерактивные магазины.

- 2. Сведения о состоянии мировой экономики и экономики отдельных стран. Данная информация представлена достаточно широко в профессиональных базах крупнейших информационно-аналитических агентств мира. Серверы этих агентств входят в состав информационных ресурсов сети Интернет. Однако сама информация, как правило, платная. Информация о состоянии национальной экономики обычно размещается на серверах государственных структур, отвечающих за государственную поддержку экономики, государственных статистических органов, различных экономических институтов.

- 3. Сведения о состоянии отраслевых рынков. Анализ отраслевых рынков осуществляют специализированные маркетинговые и консалтинговые агентства, а также маркетинговые службы фирм или организаций. Результаты этих исследований, используя Интернет, можно получить из профессиональных баз крупнейших мировых информационных агентств, найдя сведения о технологиях доступа к этим базам на сайтах Интернета; в самих консалтинговых или маркетинговых агентствах, чьи сайты также представлены в Интернете; в многопрофильных и отраслевых журналах, регулярно публикующих обзоры рынков. Одни издания, например многопрофильный журнал «Эксперт» (URL : <http://www.jur-jur.ru>),

представляют на сайтах оглавления номеров журналов. Другие, как, например, журнал «Профиль» (URL: <http://profile.ru/>), размещают в открытом доступе публикуемые материалы.

- 4. Деловые новости. Подавляющее большинство мировых информационных агентств предоставляют потребителям доступ к профессиональным базам, содержащим деловые новости. Из зарубежных агентств крупнейшими поставщиками деловых новостей являются LEXIS-NEXIS (URL: <http://www.lexisnexis.com/>), Dialog LLC (URL: <http://www.dialog.com/>), Reuters и ее русскоязычный сервер (URL : <http://ru.reuters.com/>). Среди отечественных агентств следует выделить: «Интегрум-Техно» (URL : <http://www.integrum.ru/>), предоставляющий доступ к материалам 250 центральных и крупнейших региональных газет, а также к зарубежным новостям; РИА «Новости» — государственное информационно-аналитическое агентство РФ (URL: <http://www.rian.ru/>); «ИТАР-ТАСС» — государственное информационное телеграфное агентство РФ (URL : <http://www.itar-tass.com/>); агентство «Интерфакс» (URL : <http://www.interfax.ru/>), входящее в состав международной информационной группы Interfax Information Services. Интернет предоставляет бесплатный доступ к ежедневной электронной интернет-газете «Gazeta.ru» (URL : <http://www.gazeta.ru/>). Ряд крупнейших газет имеют в Интернете электронные версии. Доступ к некоторым из них платный, например, к электронным версиям печатных изданий Издательского дома «Коммерсантъ» (URL : <http://www.kommersant.ru/>). К другим, например, к электронной версии газеты «Аргументы и факты» (URL: <http://www.aif.ru/>) — бесплатный.

- 5. Справочная информация представлена в сети «Интернет» весьма широко. Это и списки web-сайтов компаний, отобранных по определенному принципу, и телефонно-адресный справочник «Желтые страницы» (URL: <http://www.yell.ru/>) с возможностью поиска информации по названию фирмы и виду деятельности, и телефонные справочники городов Российской Федерации, стран СНГ и Балтии. Также в Интернете имеется информация о расписании движения поездов, авиарейсов, о погоде и многое другое.

Источник: https://bstudy.net/693128/turizm/informatsionnoe_obespechenie_turizma

Туризм и туристские карты в схемах территориального планирования регионов России

Туризм как стратегическая отрасль страны и многих ее регионов является важным и обязательным объектом территориального планирования регионов-субъектов РФ и муниципальных образований. Разделы "Туризм и рекреация", как правило, включены в схемы территориального планирования (ТП) и генпланы, а

карты - в графические проектные материалы. В данном обзоре рассмотрены схемы ТП субъектов РФ (21 регион). Используются Интернет-ресурсы администраций регионов, а также сайты российских центров стратегического планирования - разработчиков проектных материалов. Все анализируемые материалы открыты в Интернете для знакомства с их содержанием [2; 6-30]. Нас интересовали туристские разделы проектных материалов (тексты и карты) для обобщения опыта их разработки. Разработка проектов Схем ТП должна быть продолжением Стратегий социально-экономического развития регионов, где определены основные приоритеты. Важной, а иногда и ведущей составляющей стратегических приоритетов ряда регионов России назван туризм. В туристских разделах Схем ТП регионов субъектов РФ внимание сосредоточено на отдельных, наиболее важных и/или проблемных составляющих регионального туристско-рекреационного комплекса или всех его элементах. Это часто отражается и в названиях туристских разделов (3 из 21 региона таких разделов не имеют). Научные подходы, принципы и методы - это арсенал инструментов научного сопровождения проектных разработок. Попытаемся обобщить опыт разработки туристских разделов в схемах ТП регионов-субъектов РФ. Научные подходы, положенные в основу концепций проектирования региональных туристских комплексов:

- Системный и комплексный подходы обеспечивают цельное понимание и разработку туристско-рекреационной системы и комплекса (комплексов), исключая фрагментарность. Обеспечивается кластерным методом и формой организации туристско-рекреационной деятельности.

- Структурно-территориальный подход направлен на формирование и укрепление территориальной структуры туристско-рекреационной деятельности в регионах развитие сложившейся сетки районирования и сети рекреационных и туристских центров, формирование новых туристско-рекреационных зон в районах, системы многофункциональных и специализированных рекреационных и туристских центров, местностей и пр. Таксономические модели территориальной структуры туризма в регионах различные и зачастую не сопоставимы. Очевидна необходимость обновления теории территориальной организации туристско-рекреационной деятельности, в том числе уточнение и законодательное закрепление основных понятий и терминов, важных для практики разработки проектных материалов территориального планирования.

- Каркасный подход обеспечивает формирование единого туристско-рекреационного каркаса региона по его основным историческим и природно-ландшафтными осям.

- Функциональный подход в сочетании с вариантным, основан на альтернативности использования конкретных туристских ресурсов/местностей для туристско-рекреационного освоения. Зачастую в проектах указаны однозначные/единственные решения.

- Нормативный подход заключается в установлении и/или учете международных, национальных (федеральных) и региональных нормативов.

- Проблемный подход направлен на усиление ключевых факторов-проблемных условий/ресурсов развития туризма, например это могут быть мероприятия по сохранению природного наследия и развитию рекреационно туристической инфраструктуры региона.- Междисциплинарный подход заключается в объединении специалистов – практиков и ученых различных научных дисциплин для разработки проектных материалов территориального планирования конкретного региона. Принципы (правила) проектных разработок туристских разделов схем территориального планирования регионов-субъектов РФ (на базе опыта регионов):

1. Принцип правовой регламентации проектных разработок в соответствии с Градостроительным Кодексом РФ, Концепцией пространственного развития РФ, с учетом документов территориального планирования РФ, муниципальных образований субъектов РФ, региональных законов градостроительной деятельности и/или территориального планирования регионов.

2. Принцип научной обоснованности проектных разработок с применением преимущественно пространственных - планировочных, географических и картографических методов, в том числе различных, а не только количественных методов оценки туристского потенциала. Использование статистических данных за ряд предшествующих лет, а не только одного базового года (и далее - прогнозные)

для оценки динамики показателей, ее темпов и тенденций, в том числе с историческими и межрегиональными сравнениями.

3. Принцип соответствия планируемого развития туристско-рекреационных территорий и центров их природному, историко-культурному, социально-демографическому и социально-экономическому потенциалу.

4. Принцип воспроизводства туристско-рекреационной системы региона путем сохранения природных ресурсов и улучшения состояния историко-культурного наследия,

реконструкции, реставрации и ремонта объектов туризма, применения ресурсосберегающих технологий организации туристской деятельности.

5. Общие принципы устойчивого развития с учетом основных требований и генеральных направлений государственной Концепции перехода РФ к модели устойчивого развития: использование природно-ландшафтного потенциала региона при условии поддержания благоприятного состояния окружающей среды в местах массового отдыха, планирования защитных и охранных зон особо охраняемых природных и культурно-исторических территорий.

6. Инфраструктурный принцип обустройства туристско-рекреационных центров туризма, маршрутов и туристско-рекреационных "точек": создание и развитие современной инфраструктуры отдыха, спорта и туризма, обеспечивающей возможности использования историко-культурного наследия и рекреационного потенциала, повышение качества сервисного обслуживания туристских объектов. Расчёт потребности в туристской инфраструктуре региона должен производиться из прогнозных показателей туристского потока.

7. Маршрутный принцип территориальной организации экскурсионно-туристской деятельности путем объединения разрозненных объектов в единую территориальную систему - преимущественно кольцевые и/или радиальные маршруты от базового центра (например, исторического города-административного центра региона), включение ряда населенных пунктов в международные и федеральные маршруты по историческим дорогам и городам. Реализация туристских "колец" благодаря строительству кольцевых автомобильных дорог, а также общему усовершенствованию автодорожной сети, использованию сезонных водных маршрутов.

8. Межрегиональный принцип формирования туристско-рекреационных зон трансграничных территорий, объединенных использованием общих природных ресурсов (например, озёр и водохранилищ периферийных районов соседних регионов).

9. Принцип сохранения и развития конкурентных преимуществ регионального туризма за счет повышения качества турпродукта и услуг/сервиса на основе инноваций, ресурсосбережения, оптимизации себестоимости и цен.

Поэтапное формирование и развитие региональной туристско-рекреационной системы (туристско-рекреационных зон, подзон, туристических центров и подцентров) осуществляется благодаря комплексу мероприятий:

- проектных (разработка проектов для каждой зоны и центра),
- организационных (организация и проведение соответствующих мероприятий),
- строительных (строительство и реконструкция): туристских (строительство объектов туристической индустрии, сферы обслуживания и размещения туристов) и транспортных (строительство объектов придорожного сервиса, водного, железнодорожного транспорта, искусственных мостовых сооружений, усовершенствование дорожного покрытия и разветвление сети дорог, организация пассажироперевозок, обеспечение безопасности дорожного движения)
- маркетинговых (мероприятиями по формированию и продвижению привлекательного конкурентоспособного туристического продукта, формированию привлекательных туристических маршрутов, формированию облика туристско-рекреационных зон для их полноценного функционирования) и др.
- экологических (сохранение и благоустройство природной среды, в частности, лесов, зеленых зон городов и др.).

В схемах ТП, как правило, разработаны мероприятия по созданию инфраструктуры отдыха, спорта и туризма, в текстовой части проектных документов они оформлены специальными разделами. Виды мероприятий инфраструктурного обустройства региональной туристско-рекреационной деятельности в каждой туристско-рекреационной зоне (комплексный системный подход или, фрагментарно):

- Строительство и/или реконструкция различных объектов, комплексов, туристских баз, кемпингов и др. для расширения и развития многоуровневой сети объектов отдыха и туризма, санаторно-курортного обслуживания населения с учетом рекреационных возможностей территории региона на базе комплексного использования рекреационно-туристских ресурсов

- Развитие "около туристической" инфраструктуры (термин из Схемы ТП Татарстана [21, с.76]): организация "зеленых стоянок", установка дебаркадеров и строительство причалов, благоустройство пляжей, организация баз проката инвентаря и оборудования, смотровых площадок и площадок приема гостей, отдыха и ожидания, торговых рядов для продажи сувенирной продукции, изделий народных промыслов и ремесел, объектов питания и бытового назначения, пунктов туристско-информационного обслуживания, строительство гостиниц, гостевых домов.

- Инфраструктурное и транспортное обустройство туристских маршрутов.

- Благоустройство туристических объектов и территорий обслуживания туристов с формированием туристических комплексов полного набора предоставляемых услуг.

Расширение сети туристических объектов, повышение качества объектов обслуживающей сферы, развитие сети транспортно-коммуникационных связей должно способствовать формированию регионального туристского продукта, привлекающего туристов на территорию региона, что предполагает разработку и осуществление мероприятий по развитию приоритетных видов (отраслей) туризма: в каждом регионе такие виды туризма определены Стратегией регионального развития и рассмотрены в Схемах ТП.

Карты туризма для целей территориального планирования отражают различные аспекты проектирования территориальной организации туристско-рекреационной деятельности региона. Самыми первыми были карты в районных планировках курортов и крупных курортных районов страны (довоенные разработки) [31]. Сейчас туристские карты входят в состав Схем территориального планирования регионов и/или туристская информация включена в содержание других видов специальных карт (карт использования территории и капитального строительства).

Основные виды карт (схем) как обязательные графические модели, отражающие фактическое и планируемое территориальное развитие регионов (рис.1-2, табл. 2), должны, в соответствии с Градостроительным кодексом [1] показывать функциональные зоны, зоны планируемого размещения объектов капитального строительства для государственных или муниципальных нужд, зоны с особыми условиями использования территорий. Эти зоны, в том числе и туристско-рекреационного назначения, показаны на картах проектных материалов Схем территориального планирования

регионов-субъектов РФ:

1. Функциональные, в том числе туристско-рекреационные зоны обозначены на следующих картах (схемах):

- Проектный план - сводное графическое отображение мероприятий по территориальному планированию региона (категории земель)

- Схема функционального зонирования территорий

- Схема планировочной структуры
- Комплексная оценка территории
- Карта (схема) использования территории области

2. Зоны планируемого размещения объектов капитального строительства для государственных или муниципальных нужд, в том числе объектов преимущественно рекреационного использования отмечены на картах (схемах):

- Схема планируемого размещения объектов капитального строительства регионального значения.
- Инвестиционные зоны и территории активного экономического развития.
- Инвестиционная схема.

3. Зоны с особыми условиями использования территорий, в том числе лечебно-оздоровительные местности и курорты, заповедники, заказники, памятники природы и другие территории особой охраны (ООПТ), а также территории и объекты культурного наследия как туристско-рекреационные местности, показаны на картах (схемах):

- Зоны с особыми условиями использования территорий
- Схема градостроительных ограничений
- Природно-экологический каркас
- Карта (схема) планируемых особо охраняемых природных территорий – природных экологических территорий - Природно-экологический каркас - Схема границ зон с особыми условиями использования территории
- Карта (схема) планируемых особо охраняемых природных территорий – природно-исторических территорий (ландшафтов) - Схема охраны объектов культурного наследия
- Схема границ территорий объектов культурного наследия
- Схема территорий объектов культурного наследия
- Схема историко-культурного каркаса - Историко-культурный каркас.

Лишь в 9 (из 21) схемах анализируемых регионов нет туристских карт (они не указаны в списках графических материалов). В схемах, как правило, 1-2 туристские карты. Самые большие комплекты специальных туристских карт содержатся в схемах Псковской и Смоленской областей. По тематическому содержанию все туристские карты в проектных материалах территориального планирования регионов можно объединить в три группы (вида): карты туристских ресурсов, маршрутов и территориальной структуры туризма. Карт туристской индустрии (экономики туризма) нет.

Карты (схемы) использования территории и капитального строительства являются базовыми для большинства туристских карт в схемах ТП регионов, так как туристско-рекреационные зоны, опорные центры, территории

ООПТ и культурного наследия часто включаются в содержание специальных туристских карт. На туристских картах информация "удваивается", т.е. дополняется специальной туристской, которой нет на исходных/базовых картах

(картах использования территории и капитального строительства) - (табл. 2). Так, на туристских картах на фоне природного районирования и природно-средового зонирования вместе с природным каркасом и каркасом расселения показан каркас туристско-рекреационного комплекса с его районами, центрами, ареалами, зонами и инфраструктурой сообщений

- внешних, внутренних. При этом только на специальных туристских картах показаны туристские маршруты.

В заключение подчеркнем главное: научные подходы, принципы, методы проектирования и картографирования туризма – актуальные и перспективные направления теории и практики территориального планирования регионов.

Здесь очень важна объективная оценка регионального опыта для формирования методических рекомендаций выполнения таких разработок.

Источник: С. И. Яковлева туризм и туристские карты в схемах территориального планирования регионов России <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-i-turistskie-karty-v-shemah-territorialnogo-planirovaniya-regionov-rossii?ysclid=lhaeltx258753927440>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Терминологические и технологические подходы и инструменты информационного обеспечения туризма в условиях цифровой трансформации
2. Особенности и актуализация нормативно-правового регулирования информационного обеспечения туризма в России в условиях цифровой трансформации
3. Исследование системы информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций и потребительского поведения в современных условиях
4. Классификация и анализ инструментов продвижения на цифровом туристском рынке в системе информационного обеспечения туризма

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема лекционного занятия.

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности российской экономики	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия
2	Направления. Модели преобразований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

Текст лекции.

Развитие экономической системы осуществляется через постоянное противоречие всех факторов, их совокупности, обусловленное устойчивостью и многомерностью свойств экономических, техногенных факторов и изменчивостью, вероятностью духовной природы интеллектуальных факторов производства, реализации и потребления.

В экономической литературе выделяют различные типы и виды динамики (изменения, движения) социально-экономических систем.

При анализе экономической системы следует учитывать неравномерность движения ее отдельных элементов, что предполагает необходимость *многовариантного развития*. Любая экономическая система приобретает новые свойства через старые (принцип инертности), учитывая их связи, взаимодействие всей их совокупности.

Взгляды на тенденции развития хозяйственных (экономических) систем различны. Одни считают, что определяющим направлением в развитии систем является стремление к единообразию, унификации всех структурных элементов. Так, Е. Преображенский писал, что различные системы хозяйствования могут существовать в рамках национального хозяйства на основе полного экономического равновесия между ними, но это равновесие длительно существовать не может, потому что одна система должна пожирать другую. Такое теоретическое представление составляет базу экономической политики в периоды реформ, направленных на полное истребление каких-либо экономических явлений и процессов (например, уничтожение частной собственности в переходный период от капитализма к социализму) и создание новых.

Согласно мнению других экономистов сосуществование различных экономических систем взаимно обогащает эти системы, а это ведет к экономическому росту и возникновению качественно новой хозяйственной системы. Так, Н. Бухарин находил самый глубокий смысл нэпа в том, что была впервые открыта возможность взаимного оплодотворения разных хозяйственных сил, на основе чего и обеспечивался рост. Современная теория конвергенции строится на тезисе о том, что разные экономические системы в процессе собственного развития и совершенствования в конечном счете сольются и создадут новую хозяйственную систему.

Такая противоречивость взглядов отражает противоречивость развития экономических систем, когда одна тенденция приходит на смену другой. Современное развитие многих стран подтверждает этот теоретический вывод.

Термин “экономическая трансформация” возник в связи с необходимостью оценки коренных изменений экономических систем, носящих необратимый характер и образующих определенное состояние перехода в новое качество на пути к формированию будущей модели. Он предполагает радикальные реформистские или революционные преобразования, которые

сопровождает этот процесс. “Экономическую трансформацию” можно рассматривать как скачок и определенный перерыв в постепенном эволюционном развитии.

Экономическая система характеризуется сочетанием двух взаимосвязанных процессов: функционированием и развитием, которые определяют содержательное ядро всей экономической теории в виде двух составляющих: способа производства и способа развития. В разработку теории трансформации экономических систем внесла существенный вклад марксистская школа, историческая заслуга которой состоит в том, что она вооружила экономическую науку методом материалистической диалектики, заменившим характерный для классической школы метафизический метод.

Известный исследователь истории экономической мысли М. Блауг, оценивая исторический вклад К. Маркса в теорию развития с позиции диалектического метода, отмечал, что учение Маркса пересматривали, опровергали и хоронили тысячи раз, он остается неразрывно связанным с интеллектуальной историей. Хорошо это или плохо, но часть его идей составляет ту основу, на которую мы все опираемся в своих размышлениях.

Трансформацию следует понимать как одно из временных состояний развития экономических систем, сменяющих стабильное развитие. Одновременно это состояние переходности, которое сменяет постепенную эволюцию и может выступать в двух основных формах: революционной и реформаторской, являющихся адекватной реакцией на периодически возникающие объективные процессы трансформации.

Этот процесс носит циклический характер, который был подмечен еще в древности в идеях Ибн Хальдуна (попытках классификации социально-экономических систем), “больших исторических циклов” аль-Беруни, а позднее в теории “длинных волн” Н. Д. Кондратьева. Суть процесса исторического развития, как отмечается в современных теориях, посвященных этому процессу, состоит в возникновении фазы переходного состояния, которая приходит на смену “устойчивого (sustainable) развития”.

Экономическая действительность сложна и многовариантна. Известно, что по международным оценкам сегодня в мире выделяются 28 развитых стран, более 130 развивающихся и 28 стран с переходной экономикой.

Процесс трансформации в настоящее время охватывает все страны, но существенно различается в зависимости от их уровня. Для развитых стран трансформация выступает как процесс формирования новой экономической системы — постиндустриализма (постиндустриального или неоинформационного общества), который начался уже в конце XX столетия. Для развивающихся стран трансформация характеризуется экономикой развития. Для постсоциалистических стран — переходной экономикой. России согласно теории развития цивилизаций предстояло войти в постиндустриальную экономическую систему приблизительно с 2005 г., но результаты последних реформ не позволили этого сделать в прогнозируемые сроки. Некоторые исследователи утверждают, что реформы в России всегда проводились сверху и всегда достигали значительных успехов, за исключением последней (конца XX в.).

Для России, так же как и для других постсоциалистических стран с переходной экономикой, суть процесса трансформации совершенно иная, если сравнивать с развитыми странами. Большинство научного сообщества понимают этот процесс как переход от командной (тоталитарной) экономики к рыночной системе хозяйствования. Но такое понимание трансформации переходной экономикой недостаточно и неконкретно, ибо неизвестно, какая модель рыночной экономики для нас предпочтительнее.

Практика показала, что рыночная экономика имеет много моделей:

- рыночная экономика классического капитализма;
- рыночная экономика монополистического периода;
- рыночная экономика ГМК и ТНК;
- социально ориентируемая рыночная экономика.

Социальная ориентация рынка — не только производство нужных населению товаров и не только контроль за деньгами. Это и дотация на развитие бесплатной системы образования и

здравоохранения, регулируемое государством пенсионное обеспечение, забота об экологии, о “слабых” группах населения — инвалидах, больных, беззащитных, многодетных и т. д. Все то, что давал “государственный социализм”, но, к сожалению, для многих на нищенском уровне^[1].

Процесс трансформации экономики в постсоциалистических странах гораздо сложнее, чем просто переход от тоталитарной к свободной рыночной системе хозяйствования, он переплетается с процессами формирования информационной экономики, глобализации, компьютеризации, информатизации, возрастания роли человеческого, финансового капиталов и т. д.

Переходное общество, мозаичное, многоукладное, где ни один из укладов не является доминирующим, не определяет характер экономической системы общества в целом. Все уклады находятся в постоянной взаимосвязи, взаимообусловленности, развитии, и неизвестно, какой из них победит в результате эволюционного развития, ибо они способны ассимилировать новое и превращать его в источник своего развития. Переходность не следует считать промежуточком между различными формациями, экономическими системами.

Российская экономика — это своеобразная модель мира начала XX в. Такой она остается и по сей день.

Можно выделить *следующие особенности российской модели.*

- • необходимая для существенного развития экономики концентрация производства в России осуществлялась не на передовой технике, как на Западе, а на основе слабого технического развития;
- • слияние банковского и промышленного капиталов происходило в интересах не реального капитала, как в развитых странах, а в интересах банковского капитала, что замедляло экономическое развитие страны;
- • огромные размеры страны и неизменная неравномерность развития регионов требуют серьезного вмешательства государства в экономику, что не всегда эффективно. Еще Ф. Энгельс писал, что рост промышленности в России был искусственным, по указанию сверху.

По-новому сегодня стоит проблема экономического роста. Так, Дж. Перкинс утверждает, что концепция экономического роста, излагаемая профессорами Гарвардского университета, неверна. Вера в то, что экономический рост несет благо всему человечеству и чем выше этот рост, тем больше выигрывают все люди, — заблуждение. “Мы знаем, — пишет Дж. Перкинс, — что во многих странах экономический рост приносит пользу только небольшой части населения, при этом часто ставя большинство в чрезвычайно тяжелое положение”. Так, нефтяной бум в Эквадоре с 1970 г. увеличил уровень нищеты населения в стране с 50 до 70%, безработицы — с 15 до 70%, государственный долг возрос с 240 млн долл. до 16 млрд долл. США, доля природных ресурсов, выделенных для беднейших слоев населения, уменьшилась с 20 до 6%. В целом в мире сегодня от 70 до 90% частного капитала и недвижимости в странах третьего мира принадлежит 1% семей этих стран. В связи с этим, утверждает автор, обманчива и природа ВВП, а его рост будто бы регистрирует экономический прогресс ошибочно. Думается, что здесь смешиваются две проблемы производства и распределения ВВП — главного макроэкономического показателя, характеризующего производство и распределение результатов экономического роста. И с чем нельзя не согласиться, что несправедливое распределение результатов экономического роста в условиях современной рыночной системы хозяйствования (и в мире, и в отдельных странах) уже почти достигло границ, за которыми возможна гибель человеческой цивилизации.

Эти рассуждения порождают необходимость критического осмысления российской концепции увеличения объема производства (и следовательно, ВВП) в стране в два раза за короткий исторический срок. Можно ли решить эту задачу? Да. Целесообразно? Не совсем. Дело в том, что увеличение добычи нефти, леса и вывоза за границу даст увеличение ВВП в два раза. И это увеличение произойдет, несомненно, в интересах трех социальных групп

нашего общества: *сырьевых группировок*, которые хотят наращивать объемы вывоза сырья, *военно-промышленного комплекса*, который тоже идет по пути наращивания объемов (производить больше танков вместо точечного оружия) и *бюрократии*, которой близоруко кажется, что легче всего править, когда все идет само собой.

Но для страны это ничего, кроме вреда, не принесет, так как она превратится в сырьевой придаток и усилится ее зависимость от передовых стран.

Есть и другой вариант развития экономики РФ, например увеличить объем производства в два-три раза существующих отраслей, в частности, автомобилестроения. Производить больше известных отечественных автомобилей — значит, засорять воздух Москвы и других городов в большей степени, чем при использовании зарубежных машин. Последние тратят горючего гораздо меньше отечественных и гораздо экологичнее. Отсюда вывод: нужно увеличивать не любое производство, а то, которое обеспечивает прогресс не только в производстве, а в обществе в целом!

Следовательно, речь должна идти о новом качестве экономического роста, включающего также проблему справедливого эффективного распределения его результатов. Необходимы изменения самих принципов формирования новой экономической системы. Например, если в индустриальную эпоху можно было наметить приоритеты роста на 30-50 лет и по истечении этого срока войти в число передовых стран, то теперь приоритеты быстро меняются. Скажем, можно попытаться превзойти весь мир по производству компьютеров на душу населения, но когда это станет реальностью, выяснится, что компьютеры уже не нужны. Главным в наступающую эпоху постиндустриализма становятся не “железки”, а информационные потоки, которыми должны свободно владеть образованные высококвалифицированные люди, а у нас 85% граждан никогда не работали с интернетом, 35%, по официальной статистике, живут ниже уровня бедности.

Это одна особенность российской модели экономики по сравнению с развитыми странами.

Вторая особенность экономики России — ее сырьевая направленность. Кому нужна будет наша нефть, если США решат поставленную перед собой задачу — через 16 лет создать автомобили, работающие на ином, не связанном с нефтью, топливе?

Своеобразие российской экономической системы характеризуют: колоссальный разрыв между системой законодательства и экономической практикой; слияние бизнеса и власти, что позволяет говорить о создании в РФ “олигархической системы хозяйствования” или, по словам Г. Явлинского, *системы неэффективного капитализма*.

Экономическая наука выделяет сегодня три типа экономической трансформации:

- эпохальную (обусловленную крупными технологическими революциями);
 - межсистемную (капитализм и социализм);
 - внутрисистемную.

К общим закономерностям трансформации экономических систем современная наука относит:

- неустойчивость;
- переходность;
- нелинейность;
- глобальность.

Чрезвычайно важной для трансформации современных экономических систем является *политика институциональных реформ*.

Институты — правила, законы, обычаи, традиции, различного рода организации: корпорации, профсоюзы, государство (*institutum* — установление, устройство, учреждение).

Экономическая система организационного общества, где главные силы организации — институты, называется институциональной экономикой. В рамках институционализма созданы концепции: постиндустриальной, информационной новой, постмодернистской экономики, виртуальной, в направлении которых осуществляют трансформацию своих систем развитые страны.

Экономические системы промышленно развитых стран претерпевают трансформацию индустриального общества в постиндустриальное, информационное общество, новую экономику.

Источник:

https://bstudy.net/956093/ekonomika/razvitie_transformatsiya_ekonomicheskikh_sistem?ysclid=lhbpu b9k2r814681132

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Социально-экономические последствия развития сферы туризма на управляемой территории.
2. Факторы, повышающие значение стратегирования туристской деятельности в России.
3. Организация государственного стратегирования туристской и гостиничной деятельности в России.
4. Оценка влияния деятельности туристских фирм на экономику региона
5. Пределы государственного вмешательства в экономику.

**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. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Опыт стратегического планирования в СССР	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Опыт стратегического планирования в зарубежных странах	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Современные приоритеты стратегического планирования РФ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Системный и маркетинговый подход к стратегическому планированию.
2. Функциональный, воспроизводственный и нормативный подход к стратегическому планированию.
3. Комплексный, интеграционный, динамический и процессный подход к стратегическому планированию.
4. Количественный, административный, поведенческий и ситуационный подход к стратегическому планированию.
5. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 1. Стратегическое планирование на государственном уровне

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Обзор отраслевых документов стратегического планирования в России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Система законодательных актов
2. Перечислите ключевые нормативные документы регламентирующие деятельность индустрии туризма

3. Опишите проблемные места в законодательстве индустрии туризма
4. Как вы считаете какие изменения следует произвести?
5. Дайте характеристику взаимосвязи экономики и законотворчества

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия

Примеры к дискуссии по темам раздела 1:

Методы и опыт стратегической политики в США. Каким образом, при политической конкуренции возможно реализовывать долгосрочные стратегические проекты и документы. Проблема сменяемости власти при реализации стратегической политике. Документы стратегической политики в области экономики разрабатывает Министерство экономического развития РФ. с учетом национальных целей развития Российской Федерации, определенных в Указе Президента РФ от 21 июля 2020 №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», а также инструментов и механизмов достижения национальных целей развития на среднесрочный период формируются концептуальные подходы к разработке Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2050 года (Стратегия 2050). Документы стратегической политики в области экономики разрабатывает Министерство экономического развития РФ. с учетом национальных целей развития Российской Федерации, определенных в Указе Президента РФ от 21 июля 2020 №474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», а также инструментов и механизмов достижения национальных целей развития на среднесрочный период формируются концептуальные подходы к разработке Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2050 года (Стратегия 2050). Особенности принятия отраслевых документов стратегического планирования. Роль Правительства и отраслевых министерств в стратегическом планировании развития. Роль Президента РФ в формировании стратегического планирования в России. Программные статьи В.В. Путина в СМИ как основа национальных проектов. Соотношение национальных проектов и федеральных проектов. Общие вопросы реализации национальных проектов. Национальный проект «Здравоохранение». Национальный проект «Образование». Национальный проект «Демография». Национальный проект «Культура». Национальный проект «Безопасные качественные дороги». Национальный проект «Жильё и городская среда». Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – презентация и защита реферата

Темы реферата:

Стратегические альтернативы развития предприятия.

Стратегическое планирование на макроуровне. Структура и схема реализации.

Директивное и индикативное планирование.

Назначение и результирующий эффект планов и программ директивного и индикативного планирования.

Понятие, методология разработки и структура индикативного плана.

Схема реализации и структурные составляющие стратегического плана.

Перспективное планирование как целеполагающая функция стратегического планирования.

Методы перспективного планирования инновационного развития.

Стратегические цели комплексного прогноза научно-технического прогресса. Базовые принципы методология разработки и структурные блоки.

Научно-техническое прогнозирование и технологическое предвидение. Общность и различия, целевая функция.

Перспективное планирование инновационного развития в развивающихся и развитых странах.

Выбор стратегии развития предприятия. Механизм оценки его хозяйственной деятельности: портфельный анализ и двухмерные матрицы, матрица BCG.
Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегия. Типы базовых стратегий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Стратегическое планирование: типы и этапы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Формирование целей и задач стратегического развития туризма и механизм их реализации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Проблемы формирования системы стратегического планирования и управления туризмом	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Роль и деятельность государственных и региональных органов управления в области стратегического планирования и развития туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6	Программы развития туризма в регионах России: общее, особенное и причины не выполнения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7	Понятие «региональный туристский мониторинг»: цели, задачи, принципы, показатели.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Общая схема процесса стратегического планирования.
2. Основа процесса стратегического планирования.
3. Основное содержание стратегических планов.
4. Основные методы и показатели планирования в туризме;
5. Основные формы государственного воздействия на экономику.
6. Основные этапы стратегического планирования.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Прогнозирование и предвидение в социально-политических и медиа процессах.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методы прогнозирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ рисков развития туризма на региональном уровне.
2. Анализ рисков развития туризма на управляемой территории.
3. Информационное обеспечение стратегического планирования туризма.
4. Конкурентоспособность производимой продукции. Критерии, показатели, коэффициенты значимости.
5. Конкурентоспособность производственной базы. Критерии, показатели, коэффициенты значимости.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

Примеры к дискуссии по темам раздела 2:

Системный подход к определению понятия «туризм». Определение понятий «стратегия», «стратегическое планирование». Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма. Информационное обеспечение планирования туристской деятельности. Классификация видов планирования. Текущее, перспективное, стратегическое планирование. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписывающая функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макро-экономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ. Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования. Оценка туристического потенциала территории. Анализ рисков развития туризма. Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории. Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата.

Темы рефератов:

Туристический рынок как объект государственного регулирования, прогнозирования и стратегического планирования.

Оценка туристического потенциала территории.

Анализ рисков развития туризма.

Социально-экономические последствия развития туризма на управляемой территории.

Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.

Планирование, реализация и контроль за реализацией стратегии

Сущность кластерного анализа.

Цели факторного анализа.

Основные требования к системе показателей в стратегическом планировании. Типы показателей.

Методы, включаемые в методологию стратегического планирования в туризме. Типология проблем, определяющая выбор метода.

Методические основы разработки и оценки программ

Программно-целевые методы управления в туризме

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Особенности статистической информации в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Отечественный опыт статистических наблюдений в туризме на региональном и муниципальном уровнях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Учёт и контроль в системе стратегического планирования.
2. Учёт факторов риска и неопределённости при принятии решений.
3. Фокус и временной горизонт Форсайта.
4. Основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;
- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;
- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;
- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;
- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Геосистемный анализ: понятие, содержание, инструменты	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Геосистемный подход к формированию туристско-рекреационных систем	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Системный и геосистемный анализ в географии
2. Основные геосистемные постулаты.
3. Термодинамические потенциалы и условия равновесия систем
4. Границы геосистем и предпосылках их формализации. Система морфометрических величин.
5. Проанализировать предпосылки развития теории ландшафта с точки зрения соответствия основным принципам естественно-научной теории
6. Составить иерархический перечень основных характерных времен процессов в геосистемах

7. Выявить основные движущие силы геосистемных структурообразующих процессов
4. Сравнить математический аппарат обыкновенных дифференциальных уравнений и уравнений математической физики в частных производных с точки зрения теории геосистем
8. Составить перечень известных (гео)физических постулатов теории геосистем

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 3:

- 1 Содержание, основные цели и задачи стратегического планирования в сфере туризма.
- 2 Информационное обеспечение планирования туристской деятельности.
- 3 Стратегическое и тактическое планирование в туризме
- 4 Прогнозирование как процесс разработки прогнозов.
- 5 Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма и гостиничного бизнеса
- 6 Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые.
7. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской и гостиничной деятельности.
- 8 Классификация стратегий развития туристского и гостиничного бизнеса.
- 9 Стратегическое программирование как этап стратегического планирования.
- 10 Особенности стратегической программы в туризме.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – презентация и защита реферата.

Темы рефератов:

Основные тенденции развития туризма в условиях цифровой трансформации общества и бизнеса

Терминологические и технологические подходы и инструменты информационного обеспечения туризма в условиях цифровой трансформации

Особенности и актуализация нормативно-правового регулирования информационного обеспечения туризма в России в условиях цифровой трансформации

Исследование системы информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций и потребительского поведения в современных условиях

Классификация и анализ инструментов продвижения на цифровом туристском рынке в системе информационного обеспечения туризма

Анализ системы продвижения турпродукта и интернет-сайтов туристских дестинаций России и Европы в цифровой экономике

Анализ потребительского поведения и построение модели поведения потребителей турпродукта в условиях цифровизации на основе опроса туристов

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация и характеристика туристских интернет- ресурсов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Туристические карты	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Туристические карты в аналитике стратегического планирования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

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

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ потребительского поведения и построение модели поведения потребителей турпродукта в условиях цифровизации на основе опроса туристов

2. Алгоритм расчета ранга макротехнологии. Число и состав экспертной группы. Процедура выбора приоритетных макротехнологий.

3. Процедура выбора критических технологий и приоритетных направлений научных исследований.

4. Анализ исследований внешней и внутренней среды фирмы. Конкурентный анализ.

5. Типология проблем, определяющая выбор метода: стандартная проблема, структурированная, неструктурированная.

1. Учебная дисциплина. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ И МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЯХ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

3. Цели занятия.

- изучить современные теории и особенности регионального стратегического управления, а также подходы к стратегическому управлению в сфере туризма;

- рассмотреть методы стратегического управления и их взаимосвязь с стратегическим управлением развития регионального туристского комплекса;

- изучение основных методов хранения и анализа больших данных в том числе в сфере корпоративных финансов, мировых рынков, построения моделей и прогнозирования в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать представление о статистическом обеспечении аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях;

- сформировать навыки сбора, анализа и применения в практической деятельности аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности российской экономики	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Направления. Модели преобразований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Особенности стратегического планирования в туристической фирме;
2. Оценка рынков сбыта и маркетинг территории.
3. Оценка туристического потенциала территории.
4. Формирование механизмов регулирования экономики, исходя из специфики государств.
5. Параметры и условия обеспечения качества и эффективности управленческих решений.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Перечень тем реферат к разделу 4:

1. Сущность, причины и содержание кризиса экономической теории на рубеже XX – XXI вв.
2. Основные направления преодоления кризиса экономической науки.
3. Характеристика основных направлений современной экономической теории.
4. Неоклассическое направление: методология исследования, основные концепции.
5. Кейнсианское направление исследований и его эволюция. Посткейнсианство.
6. Марксистское направление экономической науки: причины кризиса и место в современной экономической мысли.
7. Институционализм: его методологическая база и основные концепции.
8. Новая институциональная экономическая теория, ее методология, основные концепции и место в экономической науке.
8. Новая институциональная экономическая теория, ее методология, основные концепции и место в экономической науке.
9. Новая российская экономическая наука на рубеже веков: причины кризиса и основные пути его преодоления.
10. Основные течения и школы современной отечественной экономической науки и их характеристика.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4:

Форма рубежного контроля – презентация и защита реферата.

Темы рефератов:

Оценка сложившегося в России в 90-е годы типа экономики, как экономики незрелого рынка, «квази – рынка», асоциального рынка, неконструктивно регулируемого рынка, «олигархического капитализма»

Приватизация и противозаконные формы ее реализации.

Расхищение государственной собственности и ее трансформация в частные формы вне рамок рыночных механизмов ее реализации.

Особенности приватизационных процессов в странах Западной Европы.

Особенности отраслевой структуры российской экономики.

Главные недостатки исторически сложившейся отраслевой структуры экономики России.

Негативные структурные сдвиги, происшедшие в 90-е годы XX века в народном хозяйстве страны.

Место и роль малого бизнеса в современной экономике. Возрождение частного предпринимательства в России, этапы его развития.

Государственная поддержка малого предпринимательства. Риски малого бизнеса: их анализ и оценка.

Основные способы организации российского малого бизнеса.

Тенденции развития малого бизнеса в странах с переходной экономикой.

Кредитно-налоговая политика государства в отношении малого предпринимательства в развитых странах и в странах с переходной экономикой.

Перспективы развития малого бизнеса в России и мире.

Факторы, определяющие специфику российской экономики (природно-климатический, экономико-географический, геополитический, социально-культурный, цивилизационный) и вызывающие необходимость формирования особой российской модели.

Фундаментальные особенности российской экономики.

Факторы, влияющие на выбор модели преобразований в той или иной стране с переходной экономикой.

Опыт стран по реализации выбранных моделей трансформации.

Результаты и уроки преобразований отношений собственности в российской экономике: этапы и методы российской приватизации.

Анализ практики использования программ малого предпринимательства как основной формы реструктуризации занятости.

Методические рекомендации см. раздел 2

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

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Раздел 1. Стратегическое планирования на государственном уровне

Тема 1.1. Теоретические основы планирования в политике

Иллюстрации:



<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/r/RH3Wiml0gLFt9hvQncJzZw5Xa4kGxO1IVYCBRE/slide-3.jpg>

Тема 1.2. Отраслевые стратегические документы

Иллюстрации:



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/5/5oRsg8D1ZLvup7klnAKNGC2m4MPHVrdtbfS9zY/slide-33.jpg>

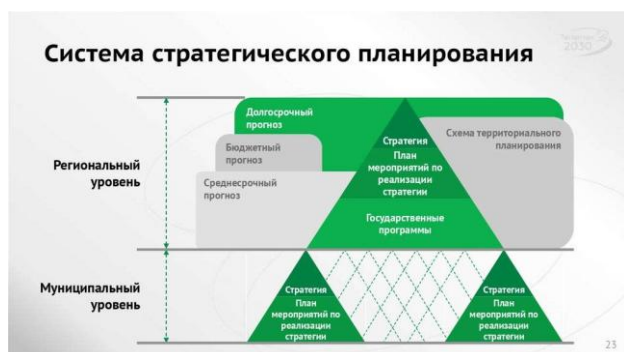
Раздел 2. Ключевые аспекты аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 2.1. Система стратегического планирования развития туризма в Российской Федерации

Иллюстрации:



<https://image3.slideserve.com/5986599/slide4-1.jpg>



<https://mulino58.ru/wp-content/uploads/7/b/9/7b933cf0b5d86da8044504783125a7b8.jpg>

Тема 2.2. Базовые положения аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Оперативный (ежемесячный) мониторинг в системе государственного стратегического планирования



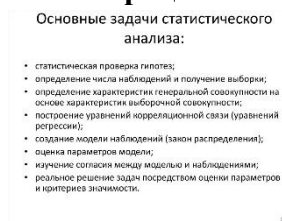
MyShared

<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=e4754eb709e96c548f74302c76bf20be-4586846-images-thumbs&n=13>

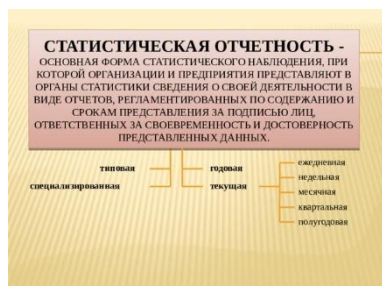
Раздел 3. Информационное обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Тема 3.1. Статистическое обеспечение аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/o/OZiuyDcxRvIIQWJ8KdPFVE3zS0jYgqG5NaAU7w/slide-8.jpg>



https://fsd.multiurok.ru/html/2020/01/25/s_5e2bdf093d398/img12.jpg

Тема 3.2. Геосистемный анализ в стратегическом планировании развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Раздел 4. Обзор практики аналитического обеспечения стратегического планирования развития туризма и трансформации экономических систем

Тема 4.1. Презентация материалов аналитики стратегического планирования развития туризма на региональном и муниципальном уровнях

Иллюстрации:

Геосистемный принцип проектирования

Геосистемный принцип проектирования направлен на геоэкологическое проектирование, то есть проектирование пространственной природно-технической системы. Оно носит геоэкологическое выражение системного подхода по использованию и охране природных ландшафтов и природно-технических систем.

Технологию предприятия рассматривают во взаимосвязи с состоянием всех компонентов ландшафта, которая должна предусматривать любые изменения этих компонентов. Проектируют не только геотехническую систему в одном состоянии, но и режим ее функционирования и управления с учетом последовательной смены природных процессов и состояний ландшафта, изменчивости и устойчивости его свойств.

Система природоохранных мероприятий включает комплексный контроль за воздействиями, состоянием и изменениями характеристик в природных комплексах, социально-экономическими изменениями, их сопоставление с нормативами и стандартами.

https://mypresentation.ru/documents_5/5ea023c6542ec1f50a7f3ffa81ceb398/img23.jpg



<https://studref.com/htm/img/28/9766/93.png>

Тема 4.2. Теория и практика трансформационных преобразований экономической системы

Иллюстрации:



https://100-bal.ru/pars_docs/refs/116/115487/115487_html_6fdcd68a.gif

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)

**НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 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

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Научно-прикладные исследования 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 15.06.2017 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)	14
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	21
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	32
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	32
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	32
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	33
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	35
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	35
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)	281
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	281
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	353
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	353
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	361

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
Модуль 1. Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований	
Тема 1.1. Наука как производительная сила общества	Наука как производительная сила общества. Понятие науки, ее цели и задачи. Классификация наук. Управление в сфере науки. Ученые степени и звания. Подготовка научных и научно-педагогических кадров в России. Педагогическая технология. Технология обучения. Образовательная технология.
Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии	Ускоренное развитие науки и научных исследований. Дифференциация и интеграция науки. Конкурсы и гранты. Заявки на участие. Федеральные целевые программы. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии.
Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий	
Тема 2.1. Основные	Основные направления научного и научно-

направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности	производственного профиля профессиональной деятельности. Современные методы исследования. Общенаучные методы исследования. Специальные методы исследования, используемые в профессиональной деятельности. Связь применяемых методик исследования с профессиональной деятельностью. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования.
Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования	Связь применяемых методик исследования с профессиональной деятельностью. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования.
Раздел 3. Научно-техническая информация	
Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников	Источники информации. Опубликованные и неопубликованные источники. Государственная система научно-технической информации. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников. Формирование информационной базы по конкретному исследованию.
Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных	Источники информации о наличии НИОКР. Порядок подачи заявок на выполнение НИОКР. Государственный контракт на выполнение НИОКР. Использование Интернет-технологий. Информационные технологии обработки массива данных.
Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований	
Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций	Формы представления результатов научных исследований. Научная публикация.
Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях	Базы данных РИНЦ, Scopus, WoS, ERIH, Карта российской науки и др. Перечень журналов ВАК. Требования к оформлению публикаций. Информационное обеспечение исследовательской деятельности. Базы данных. Библиотечный фонд. ВНИИС. ЦИТиС. РГБ. Всероссийская книжная палата. ВИНТИ.
Модуль 2. Раздел 1. Организация процесса исследования	
Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования	Фундаментальные и прикладные исследования. Методы научных исследований, методы, принципы, методы и приемы научной деятельности. Этапы выполнения исследований. Установочный этап. Исследовательский этап. Обработка результатов.
Тема 1.2. Этапы выполнения исследований	Фундаментальные и прикладные исследования. Методы научных исследований, методы, принципы, методы и приемы научной деятельности.
Раздел 2. Формирование результатов исследования	
Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований	Формы представления научных результатов. Результаты исследования в научной работе: требования к тексту. Оформление результатов научного исследования. Общие рекомендации к оформлению. Способы представления результатов исследования.
Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и	ГОСТ 7.1-2008 Библиографическая запись. Библиографическое описание. ГОСТ 7.32-2001. Система стандартов по информации, библиотечному и

издательскому делу	издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления. ГОСТ Р 53620–2009 «Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Электронные образовательные ресурсы. Общие положения». ГОСТ Р 7.0.83–2012 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения». ГОСТ 7.60–2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения». ГОСТ Р 7.0.83–2012 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения». Другие стандарты.
Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме	
Тема 3.1. Туризм в системе научного знания	Туризм как социокультурный феномен. Разделы научных исследований в туризме. Основные направления научно-исследовательской деятельности в туризме.
Тема 3.2. Науки о туризме	Исследования в области рекреации и туризма. Исследования, связанные с культурологией и архитектурой. Наука и образования: технологии интеграции, образовательные программы с научной составляющей. Современное научное образование.
Раздел 4. Методы исследований в туризме	
Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме	Общий статистический инструментарий, позволяющий собрать статистические данные, обработать их, дать интерпретацию полученным результатам; Статистические методы и приемы исследования; Процесс статистического исследования.
Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме	Методы социологического исследования в туризме; Процесс социологического исследования; Разработка методических документов для сбора информации; Определение инструментария исследования; Формирование и подготовка исследовательских групп; Проведение организационных мероприятий, связанных с материально-техническим обеспечением исследования.

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)

Модуль 1

Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.1. Наука как производительная сила общества.

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается сущность науки и научно-исследовательской деятельности.
2. Какие основные направления научных исследований можно выделить по изучаемой области науки.
3. В чем состоит связь научных исследований профессиональной деятельности со смежными областями науки.

4. Назовите приоритетные направления науки и техники и критические технологии РФ.
5. Что такое конкурсы и гранты в научной деятельности, их виды.

Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии.

Вопросы для самоподготовки:

1. Требования к современному педагогу.
2. Профессиональные стандарты.
3. Влияние внешних факторов на профессиональные качества современного педагога.
4. Психология и педагогика.
5. Педагоги высшего образования и дополнительного профессионального: специфика как профессиональных качеств, так личностных.
6. Законодательные ограничения и требования к осуществлению педагогической деятельности в ВО, ДПО.

Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности.
2. Дайте характеристику общенаучных методов исследования
3. Приведите примеры использования общенаучных методов исследования в профессиональной деятельности
4. Дайте характеристику специальных методов исследования

Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Приведите примеры использования специальных методов исследования в профессиональной деятельности
2. Назовите особенности применения известных Вам методов исследования.
3. От каких условий и причин зависит выбор того или иного метода исследований.
4. Дайте характеристику подходов выбора методики исследования

Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите виды источников информации.
2. Дайте характеристику государственной системы научно-технической информации.
3. Какие качественные и количественные параметры информации и информационных источников Вам известны.
4. Какие источники информации о реализуемых НИОКР существуют в настоящее время?

Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите порядок подачи заявки на выполнение НИОКР и требования к ее оформлению.

2. Охарактеризуйте структуру и содержание государственного контракта на выполнение НИОКР.
3. Охарактеризуйте современные информационные технологии обработки массива данных.
4. Характеристика общих черт и различий методов и принципов.

Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое научная публикация?
2. Назовите формы представления результатов научной деятельности.
3. Сформулируйте основные требования к оформлению публикаций.
4. Назовите основные организации хранения и обработки научно-технической информации

Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте характеристику основным базам данных о публикациях
2. Назовите основные элементы информационного обеспечения научно-исследовательской деятельности.
3. Что такое индекс Хирша? Какова методика определения индекса Хирша?
4. Классификация признаков в статистике
5. Особенность статистического исследования

Модуль 2

Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте сущность фундаментальных исследований.
2. Дайте характеристику прикладным исследованиям.
3. В чем заключается основное отличие прикладных от фундаментальных исследований?
4. Охарактеризуйте курсовую работу, выпускную квалификационную работу, диссертацию как научное исследование, отчет о выполнении НИОКР.

Тема 1.2. Этапы выполнения исследований

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте установочный этап научного исследования.
2. В чем состоит исследовательский этап научного исследования?
3. Дайте характеристику этапу обработки результатов.
4. Что такое календарный график научного исследования?

Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

Вопросы для самоподготовки:

1. Этапы подготовки научного текста
2. Особенности научного текста.
3. Оформление титульного листа
4. Введение (назначение, содержание, оформление)
5. Употребление числительных и сокращений в научном тексте
6. Заключение. Выводы (назначение, содержание, выводы)

7. Оформление списка использованной литературы

Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

Вопросы для самоподготовки:

1. Оформление приложений
2. Оформление таблиц
3. Оформление иллюстраций, диаграмм
4. Оформление ссылок в тексте
5. Назовите основные стандарты, регламентирующие представление результатов научных исследований
6. ГОСТ 7.32-2003. Отчет о научном исследовании.
7. ГОСТ 7.1-2008. Библиографическая запись. Библиографическое описание.

Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.1. Туризм в системе научного знания

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем заключается сущность науки и научно-исследовательской деятельности.
2. Какие основные направления научных исследований можно выделить по изучаемой области науки.
3. В чем состоит связь научных исследований профессиональной деятельности со смежными областями науки.
4. В чём заключается необходимость применения научных знаний в формировании образовательных программ: бакалавриата, магистратуры, аспирантуры, дополнительного профессионального образования.
5. В чём заключается феномен туризма.

Тема 3.2. Науки о туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Процесс формирования туристской науки.
2. Какая наука проявила первый интерес к туризму в России.
3. К какому периоду (м.б. году) относиться первая публикация о туризме как науке
4. В каком научном труде и кем была подключена «к проблематике туризма наука о земле»
5. Какие в последние годы в туристской науке определились новые направления

Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. На основе представлений о критериях понятия «туризм» определите, в каких из приведенных ниже случаев идет речь о туристах, а в каких нет:
2. § профессор Аверьянов из Санкт-Петербурга провел неделю в своем загородном доме; § житель Самары, отправляясь за покупками, посетил парк отдыха; § семья Сидорова живет в Звенигороде, что в 30 км от Москвы. Сидоров каждую неделю ездит в Москву, где работает три дня в неделю и живет в гостинице; § господин Ипатов из Балакова посещает своих друзей в Киеве; § госпожа Никанорова, проживающая в Тольятти, отправляется на конференцию в Новосибирск; § семья Косаревых из Москвы отправляется на олимпийские игры в Калгари.
3. Перечислите основные функции туризма и укажите примеры наиболее возможных вариантов их реализации.

4. Выявите и обоснуйте основные критерии, отличающие туризм от путешествия.
5. Каково экономическое и политическое значение туризма?

Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные функции социального воздействия туризма.
2. В чем заключается сущность гуманитарного воздействия туризма?
3. Приведите примеры негативного и позитивного воздействия туризма.
4. По каким признакам проводится классификация туризма?
5. Какие выделяют виды и категории туризма?

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

Модуль 1

Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.1. Наука как производительная сила общества.

Иллюстрации:

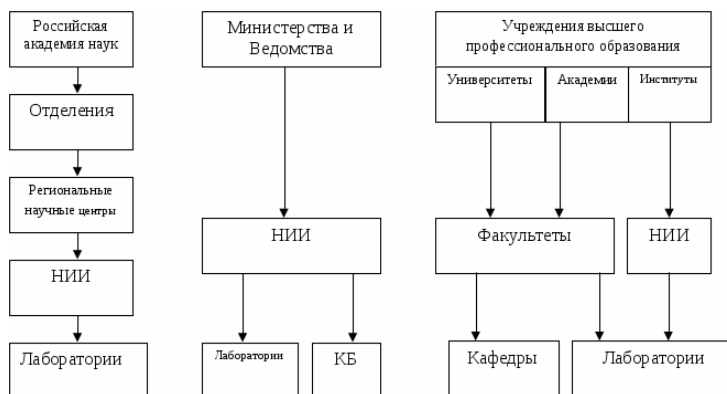
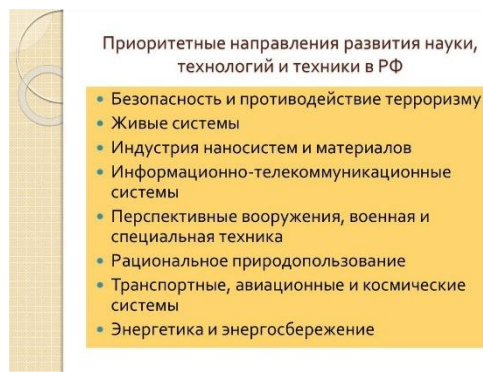


Рисунок 1.1 – Организация науки в России

Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии.

Иллюстрации:

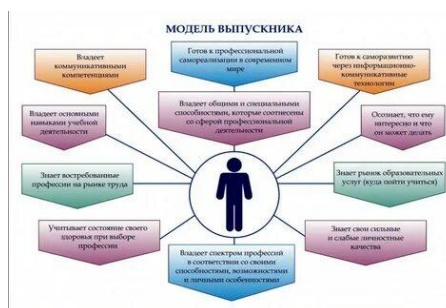


<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/c/CN25IReG3AZVlOtMxKq6z1DE4njgBuiJfFyoP9Xrpa/slide-30.jpg>

Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

Иллюстрации:



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=f232e4d7cbf3572166365c61b6223647a4ba4f5c-6947221-images-thumbs&n=13>

Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования.

Иллюстрации:

Выбор методов исследования		
Методы эмпирического уровня:	Методы экспериментально-теоретического уровня:	Методы теоретического уровня:
<ul style="list-style-type: none"> - наблюдение - интервью - анкетирование - опрос - собеседование - тестирование - фотографирование - счет - измерение - сравнение <p>Для изучения конкретных явлений, на основе которых формируются гипотезы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - эксперимент - лабораторный опыт - анализ - моделирование - исторический - логический - синтез - индукция - дедукция - гипотетический <p>Для проверки собранных фактов, их систематизации, выявления зависимости и причин следствия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - изучение - обобщение - абстрагирование - идеализация - формализация - анализ и синтез - индукция - дедукция - аксиоматика <p>Для логического исследования собранных фактов, выработки понятий и суждений, теоретических обобщений.</p>

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/x/XITE40FrMAddVmItxuoYK7gj3HJNLQBPAYsBoZ/slide-9.jpg>

Критерии выбора методов исследования (В.И. Загвязинский)

- адекватность объекту, предмету, общим задачам исследования, накопленному материалу;
- соответствие современным принципам научного исследования;
- научная перспективность, т.е. обоснованное предположение о том, что выбранный метод даст новые и надежные результаты;
- соответствие логической структуре (этапу) исследования;
- направленность на всестороннее и гармоническое развитие личности;
- гармоническая взаимосвязь с другими методами в единой методической системе.

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/b/by9NMdDoViskztUmAcLxwI3juZ24R6gahel1JQGKqF/slide-13.jpg>

Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников

Иллюстрации:

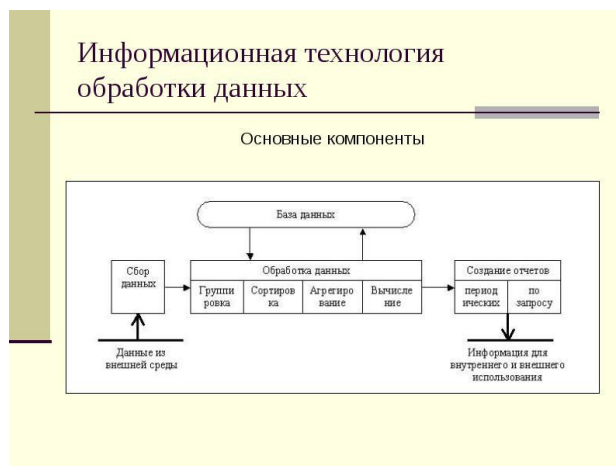
Качественные характеристики информации	
Ценность (уместность)	Ценность информации определяется ее содержанием и существенность Ценность заключается в возможности оценить пользователем прошлые, текущие и будущие события, подтвердить или скорректировать ранее сделанные прогнозы
Надежность (достоверность)	В информации нет существенных ошибок и искажений, пользователь может на ее основе принимать решения
Сравнимость (сопоставимость)	Сопоставлять отчетные данные организации за разные периоды времени, а также сопоставлять отчетные данные разных организаций
Понятность	Представление информации в форме, понятной для подготовленного пользователя
Полнота	Пропуск данных может привести к ненадежности
Нейтральность	Не должна содержанием или формой представления влиять на решение пользователя с целью достижения запланированного результата
Своевременность	С течением времени ценность отчетной информации снижается

<https://cf2.ppt->

[online.org/files2/slide/i/iRd35wP4KDeZMaF8AEUCgl6SpkzVOuvy9tHmbQ/slide-69.jpg](https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/i/iRd35wP4KDeZMaF8AEUCgl6SpkzVOuvy9tHmbQ/slide-69.jpg)

Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

Иллюстрации:



https://myslide.ru/documents_4/33a4845b30d158ca0eff9ff58d820e4b/img24.jpg

Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

Иллюстрации:

Требования к техническому оформлению статьи

- ГОСТ 7 – 89 – 2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские»;
- ГОСТ Р. 7. 0. 5 - 2008 «Библиографическая ссылка»;
- ГОСТ Р. 7. 0. 12 – 2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке» и др.

<https://cf.ppt->

[online.org/files/slide/p/pSG5jP4DwiUn0mZuW9HRI3o1becTfvJEK8vFB7Nyd/slide-11.jpg](https://cf.ppt-online.org/files/slide/p/pSG5jP4DwiUn0mZuW9HRI3o1becTfvJEK8vFB7Nyd/slide-11.jpg)

Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

Иллюстрации:



<https://tacon.ru/wp-content/uploads/7/b/c/7bc0a2d560cf0bd5de2f359f1f715bf4.jpeg>

Модуль 2

Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

Иллюстрации:

Фундаментальные и прикладные исследования

- **Фундаментальные исследования** являются источником разработки глобальных, всеобъемлющих теорий, концепций. На их основе могут быть открыты (сформулированы) законы развития природы, общества, могут появиться новые отрасли науки.
- **Прикладные исследования** в области экономики, менеджмента, коммерции, рекламы, информационных технологий направлены на поиск новых путей, методов, средств решения проблем людей в их трудовой, производственной деятельности, создание новых, более эффективных и результативных методов и средств управления бизнесом с применением современных информационных технологий.

<https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/0/2703005c3f0d1b82e8f265faa9253e3b.jpeg>

Тема 1.2. Этапы выполнения исследований

Иллюстрации:

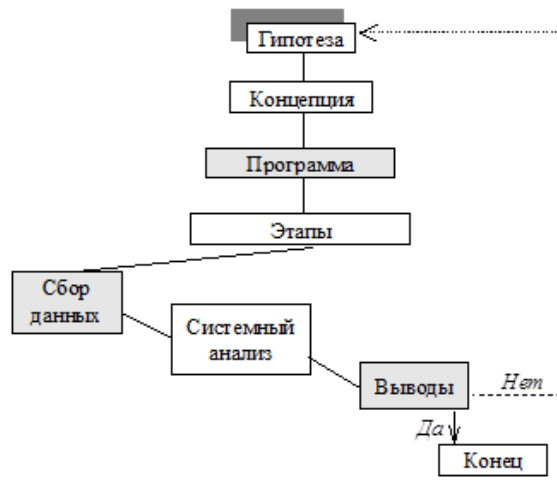


Рисунок 2.1 – Концепция исследования и смысловые разделы

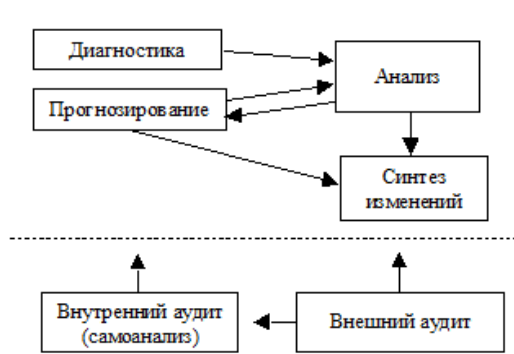


Рисунок 2.2 – Наиболее часто используемые методы проведения исследования и направления их применения

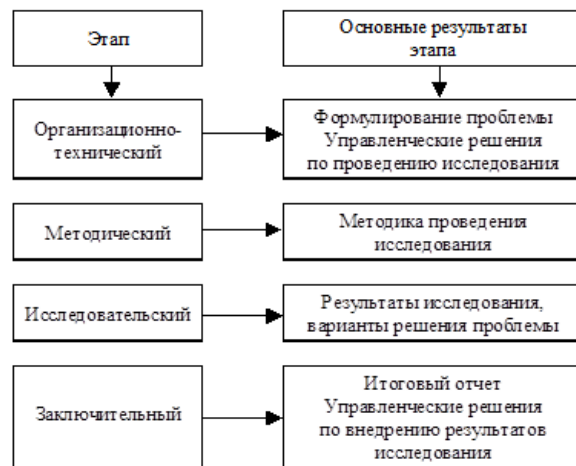


Рис. 2.3 – Логика и иерархия этапов организации и проведения ИСУ

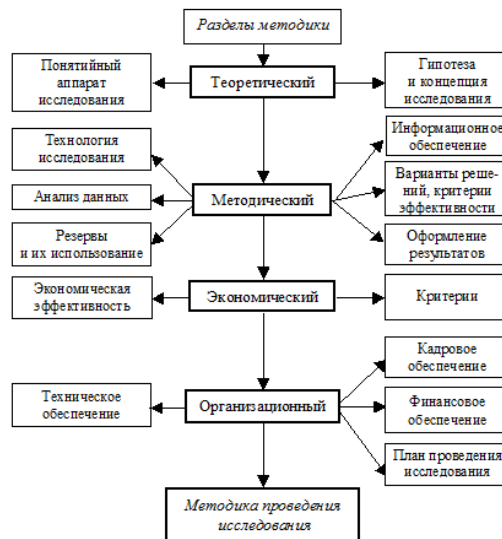


Рисунок 2.4 – Структуризация методики проведения исследования

Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

Иллюстрации:

Иллюстрации не предусмотрены

Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

Иллюстрации:

Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

- ▶ [ГОСТ 7.1–2003](#) Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления
- ▶ [ГОСТ Р 7.0.5–2008](#) Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления
- ▶ [ГОСТ Р 7.0.11 – 2011](#) Диссертация и автореферат диссертации. Структура и правила оформления
- ▶ [ГОСТ Р 7.0.12–2011](#) Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/6/6kl4qPriwzmJtpZsbyd8afLBAMF1o79UEnSYxK/slide-1.jpg>

Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.1. Туризм в системе научного знания

Иллюстрации:



Рис. Место туристики в системе научного знания (по А.М. Новикову, В.С. Ледневу)
https://bstudy.net/692899/turizm/nauka_turizme_turizm_sisteme_nauchnyh_znaniy

Тема 3.2. Науки о туризме

Иллюстрации:



<https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/r/ReAhJDG4CXE0j6mzf3knIYWqvwZPF157aos2QU/slide-4.jpg>



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=684711c5ae36f330e040c7fb72e205089db0a6d0-8370469-images-thumbs&n=13>

Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

Иллюстрации:



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/z/zgnlopHAjUMOC8SrVNa4QY0DtxF9K7yw6BdXqL/slide-2.jpg>

Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

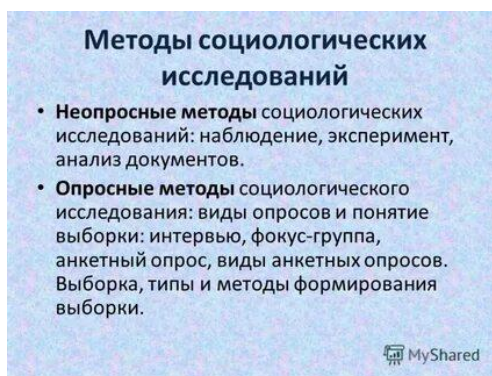
Иллюстрации:

Методы социологических исследований

Разделение базируется на разнице стратегий исследования (которые зависят от многих условий)

- **Качественные** - направлены на понимание смысла происходящего (почему?), чаще всего используются неформализованные методики, дающие уникальные данные
- **Количественные** - направлены на измерение параметров социального явления (как?), чаще всего используются стандартизованные способы исследования, приводящие к статистическим распределениям, шкальным показателям, индексам и т.д.
- Смешанные

<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/o/ov5HZUSYytuAFXzM1lLwBx9CbJEi8Qj3Vcdmnp0qW7/slide-21.jpg>



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=fc6f038204c2cbba7ac8ab5f348e74c2d4936082-4312678-images-thumbs&n=13>

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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Научно-прикладные исследования в профессиональной деятельности» 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 частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

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

Критерии оценки практического задания:

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

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

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

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

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

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

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

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

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

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

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

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
------------------------------	--

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

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

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

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

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

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

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

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

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

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

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам

специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.1. Наука как производительная сила общества

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие науки, ее цели, задачи, предмет	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Основные функции науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Исторический обзор становления науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Классификации наук	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Наука как производительная сила общества	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6.	Дифференциация и интеграция наук	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
7.	Ускоренное развитие науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
8.	Роль науки в современном обществе	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
9.	Социальная роль науки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
10.	Организация науки в Российской Федерации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
11.	Управление научной и научно-технической деятельностью в Российской Федерации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
12.	Ученые степени и звания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
13.	Подготовка научных и научно-педагогических кадров в Российской Федерации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Наука как производительная сила общества

Текст лекции.

Понятие науки, ее цели, задачи, предмет

Статьи в философских словарях и энциклопедиях, посвященные раскрытию термина «наука», отмечают его многозначность и приводят различные перечни признаков науки.

Во-первых, это сфера человеческой деятельности, направленной на выработку и систематизацию новых знаний о природе, обществе, мышлении и познании окружающего мира.

Во-вторых, это система научных знаний.

В-третьих, это одна из форм общественного сознания, социальный институт, представляющая собой систему взаимосвязей между научными организациями и членами научного сообщества, а также включающая системы научной информации, норм и ценностей науки и т.п.

Являясь следствием общественного разделения труда, наука возникает вслед за отделением умственного труда от физического и превращением познавательной деятельности в специфический род занятий особой группы людей.

Наука – это исторически сложившаяся форма человеческой деятельности, направлена на познание и преобразование объективной действительности, такое духовное производство, которое имеет своим результатом целенаправленно отобранные и систематизированные факты, логически выверенные гипотезы, обобщающие теории, фундаментальные и частные законы, а также методы исследования. Наука – это одновременно и система знаний, и их духовное производство, и практическая деятельность на их основе.

Непосредственные цели науки – получение знаний об объективном и субъективном мире, постижение объективной истины. При этом путь познания определяется от живого созерцания к абстрактному мышлению и от последнего к практике.

Задачи науки:

- сбориание, описание, анализ, обобщение и объяснение фактов;
- обнаружение законов движения природы, общества, мышления и познания;
- систематизация полученных знаний;
- объяснение сущности явлений и процессов;
- прогнозирование событий, явлений и процессов;
- установление направлений и форм практического использования полученных знаний.

Современная наука – чрезвычайно разветвленная совокупность отдельных научных отраслей. Науку можно рассматривать как систему, состоящую: из теории; методологии, методики и техники исследований; практики внедрения полученных результатов.

Если науку рассматривать с точки зрения взаимодействия субъекта и объекта познания, то она включает в себя следующие элементы: объект, субъект и научная деятельность субъекта.

Объект (предмет) – то, что изучает конкретная наука, на что направлено научное познание. Например, объектом (предметом) теории государства и права являются основные закономерности возникновения и развития государства и права, их сущность, назначение и функционирование в обществе, а также особенности правового сознания.

Субъект – конкретный исследователь, научный работник, специалист научной организации, организация. Субъектами научной и (или) научно-технической деятельности в Российской Федерации являются физические и юридические лица.

Предметом науки является не только внеположный человеку мир, различные формы и виды движения материи, но и их отражение в сознании, то есть сам человек.

По своему предмету науки делятся на естественно-технические, изучающие законы природы и способы ее освоения и преобразования, и общественные, изучающие различные общественные явления и законы их развития, а также самого человека как существа социального (гуманитарный цикл). Среди общественных наук особое место занимает

комплекс философских дисциплин, изучающих наиболее общие законы развития и природы, и общества, и мышления.

В естественных науках одним из главных приемов исследования является эксперимент, а в общественных науках – статистика. Общенаучными логическими приемами являются индукция, дедукция, анализ, синтез, а также системный и вероятный подходы и многое другое. В каждой науке различается эмпирический уровень, то есть накопленный фактический материал – итоги наблюдений и экспериментов, и уровень теоретический, то есть обобщение эмпирического материала, выраженное в соответствующих теориях, законах и принципах; основанные на фактах научные предположения, гипотезы, нуждающиеся в дальнейшей проверке опытом. Теоретические уровни отдельных наук смыкаются в общетеоретическом, философском объяснении открытых принципов и законов, в формировании мировоззренческих и методологических сторон научного познания в целом. Наука в своих глубинных основаниях всегда была связана с философией, хотя эта связь не всегда осознавалась, а иногда принимала уродливые формы – как, например, в нашей стране на протяжении 20–50-х гг. Наука появляется одновременно с философией тогда, когда миф становится бессильным объяснить мир.

Взаимодействие философии и науки хорошо прослеживается в творчестве многих выдающихся естествоиспытателей. Особенно оно характерно для переломных эпох, когда создавалось принципиально новое научное знание. Можно вспомнить, скажем, «Правила умозаключений в физике», разработанные великим Ньютоном, которые заложили методологический фундамент классической науки и на столетие вперед стали эталоном научного метода в физико-математическом естествознании. Значительное внимание философским проблемам уделяли и создатели неклассической науки – Эйнштейн и Бор, Борн и Гейзенберг, а у нас в России – В.И. Вернадский, предвосхитивший в своих философских размышлениях ряд особенностей научного метода и научной картины мира наших дней.

Основные функции науки

Функции науки выделяют в зависимости от общего назначения ее отраслей и их роли в освоении окружающего мира с конструктивной целью. Функции науки – это внешнее проявление каких-либо ее существенных свойств. По ним можно судить о возможностях участвовать в решении проблем, поставленных перед обществом, и способностях создавать более благоприятные условия для жизни людей и развития культуры.

Функции науки выделяются по основным видам деятельности исследователей, их основным задачам, а также сфере применения полученных знаний. Таким образом, основные функции науки можно определить, как: познавательную, мировоззренческую, производственную, социальную и культурную.

Познавательная функция является основополагающей, заданной самой сутью науки, назначение которой заключается в познании природы, человека и общества в целом, а также в рационально-теоретическом постижении мира, объяснении процессов и явлений, открытии закономерностей и законов, осуществлении прогнозирования и т.д. Данная функция сводится к производству новых научных знаний.

Мировоззренческая функция во многом переплетается с познавательной. Они взаимосвязаны, поскольку ее целью является разработка научной картины мира и соответствующего ей мировоззрения. Также эта функция подразумевает исследование рационалистического отношения человека к миру, разработку научного миропонимания, что означает, что ученые (наряду с философами) должны разрабатывать научные мировоззренческие универсалии и соответствующее ценностные ориентации.

Производственная функция, которую также можно назвать технико-технологической функцией, необходима для внедрения инноваций, новых форм организаций процессов, технологий и научных нововведений в производственные отрасли. В связи с этим наука превращается в производительную силу, работающую на благо общества, своего рода цех, в котором разрабатываются и внедряются новые идеи и их воплощения. В этом плане ученых

даже иногда относят к производственным работникам, что как нельзя более полно характеризует производственную функцию науки.

Социальная функция начала выделяться особенно существенно в последнее время. Это связано с достижениями научно-технической революции. В связи с этим наука превращается в социальную силу. Это проявляется в ситуациях, когда данные науки используются в разработках программ социального и экономического развития. Поскольку такие планы и программы имеют комплексный характер, то их разработка предполагает тесное взаимодействие различных отраслей естественных, общественных и технических наук.

Культурные функции науки (или образовательные) сводится к тому, что наука является своего рода феноменом культуры, важным фактором развития людей, их образования и воспитания. Достижения науки существенно влияют на учебно-воспитательный процесс, содержание программ образования, технологии, методы и форму обучения. Эта функция реализуется через систему образования, СМИ, публицистическую и просветительскую деятельность ученых.

Структура и функции науки тесно связаны. Объективное существование включает три основных сферы: природу, человека и общество. В связи с этим в структуре науки выделяются три главных элемента. По сфере изучаемой действительности научные знания делятся на естествознание (науки о природе) и обществознание (науки о человеке и науки об обществе).

Естествознание исследует все, что относится к природе. Оно отражает логику природы. Структура естественнонаучных учений и знаний сложна и разнообразна. В нее входят знания о веществе, взаимодействии веществ, химических элементах, живой материи, Земле, Космосе. Отсюда развиваются фундаментальные естественнонаучные направления.

Обществознание изучает общественные явления, системы, их структуры, процессы и состояния. Эти науки дают знания о различных общественных связях и отношениях между людьми. Научные знания об обществе объединяют три направления: социологическое, экономическое и государственно-правовое. Отдельным направлением являются знания о человеке и его сознании.

Развитие науки и техники, которые являются показателями зрелости и роста производительных сил, определяет уровень развития современного общества. Нынешний этап научно-технического прогресса характеризуется тем, что наука превращается в ведущую сферу развития общественного производства. Используются новые виды сырья и его обработки, происходит снижение трудоемкости за счет автоматизации и компьютеризации, повышение роли информатизации через развитие средств коммуникаций и др.

С другой стороны, научно-техническое развитие рождает потребность в высоком общеобразовательном уровне, в высоком уровне профессионального образования, в необходимости координации научных исследований на международном уровне, поскольку затраты на научные исследования становятся очень велики и вести их в одиночку могут позволить себе немногие.

В развитии науки чередуются экстенсивные и революционные периоды – научные революции, приводящие к изменению ее структуры, принципов познания, категорий и методов, а также форм ее организации.

Исторический обзор становления науки

В ранних человеческих обществах познавательные и производственные моменты были неразделимы, первоначальные знания носили практический характер, выполняя роль руководства определенными видами деятельности человека. Накопление таких знаний составило важную предпосылку будущей науки.

Можно выделить несколько точек зрения на время возникновения науки:

1. Наука как опыт человеческой деятельности начала свое развитие в каменном веке (около 2 млн. лет назад), когда человек стал приобретать и передавать практические умения и навыки.

2. Наука как доказательный вид знания, отличающийся от мифологического мышления, возникла в V веке до нашей эры в Древней Греции.

3. Наука появилась в период расцвета поздней средневековой культуры, когда была осознана важность опытного знания, например, в творчестве английских церковных деятелей Р.Бэкона и Р. Гроссетеста.

4. Наука возникла в XVI–XVII вв. в связи с деятельностью И. Кеплера, Х. Гюйгенса, Г. Галилея, И. Ньютона и др. В качестве определяющих признаков науки они выделяли построение математических моделей объектов, эмпирические результаты экспериментального уровня, мысленные обобщения физического и математического типов. В данную эпоху были созданы первые научные объединения ученых – Лондонское королевское общество и Парижская академия наук.

5. Наука возникла в конце первой трети XIX в.. В это время произошло совмещение исследовательской деятельности и высшего образования, объединенных на основе общей научно-исследовательской программы. Создателями науки считаются немецкие естествоиспытатели В. Гумбольдт и Ю. Либих.

Для возникновения собственно науки нужны были соответствующие условия: определенный уровень развития производства и общественных отношений, разделение умственного и физического труда и наличие широких культурных традиций, обеспечивающих восприятие достижений других народов и культур.

Соответствующие условия раньше всего сложились в Древней Греции, где первые теоретические системы возникли в VI в. до н.э. Такие мыслители, как Фалес и Демокрит, уже объясняли действительность через естественные начала в противовес мифологии. Древнегреческий ученый Аристотель первым описал закономерности природы, общества и мышления, выдвигая на передний план объективность знания, логичность, убедительность. Ряд областей знания был обогащен в эпоху средневековья учеными Арабского Востока и Средней Азии: Ибн Ста, или Авиценна, (980-1037), Ибн Рушд (1126-1198), Бируни (973-1050). В Западной Европе из-за господства религии родилась специфическая философская наука – схоластика, а также получили развитие алхимия и астрология. Важнейшим этапом развития науки стало Новое время – XVI-XVII вв. Здесь определяющую роль сыграли потребности нарождавшегося капитализма. В этот период было подорвано господство религиозного мышления, и в качестве ведущего метода исследования утвердился эксперимент (опыт), который наряду с наблюдением радикально расширил сферу познаваемой реальности. В это время теоретические рассуждения стали соединяться с практическим освоением природы, что резко усилило познавательные возможности науки – это глубокое преобразование науки, произошедшее в XVI-XVII вв., считают первой научной революцией.

Научная революция XVII в. связана с революцией в естествознании. Развитие производительных сил требовало создания новых машин, внедрения химических процессов, законов механики, конструирования точных приборов для астрономических наблюдений. Научная революция прошла несколько этапов, и ее становление заняло полтора столетия. Ее начало положено Н. Коперником и его последователями Бруно, Галилеем, Кеплером. В 1543 г. польский ученый Н. Коперник (1473-1543) опубликовал книгу «Об обращениях небесных сфер», в которой утвердил представление о том, что Земля так же, как и другие планеты Солнечной системы, обращается вокруг Солнца, являющегося центральным телом Солнечной системы. Коперник установил, что Земля не является исключительным небесным телом, чем был нанесен удар по антропоцентризму и религиозным легендам, в соответствии с которыми Земля якобы занимает центральное положение во Вселенной. Была отвергнута геоцентрическая система Птолемея. Галилею принадлежат крупнейшие достижения в области физики и разработки самой фундаментальной проблемы – движения. Огромны его достижения в астрономии: обоснование и утверждение гелиоцентрической системы, открытие четырех самых крупных спутников Юпитера из 13 известных в настоящее время; открытие фаз Венеры, необычайного вида планеты Сатурн, создаваемого, как известно теперь, кольцами, представляющими совокупность твердых тел; огромного количества звезд, не

видимых невооруженным взглядом. Галилей добился успеха в научных достижениях в значительной мере потому, что в качестве исходного пункта познания природы признавал наблюдения, опыт. Современный мир характеризуется как период бурного развития научно-технических аспектов жизнедеятельности человека, которые естественно находят свое применение в экономической сфере, снижая физическую нагрузку на человека.

В XVIII веке революционные открытия были совершены в астрономии И. Кантом (1724-1804) и П. Латасом (1749-1827), а также в химии - ее начало связано с именем А.Л. Лавуазье (1743-1794). К этому периоду относится деятельность М.В. Ломоносова (1711-1765), предвосхитившего многое из последующего развития естествознания. В XIX веке в науке происходили непрерывные революционные перевороты во всех отраслях естествознания. Эпоха науки Нового времени основывавшейся на эксперимент, развитие механики заложили фундамент для установления связи науки с производством.

В то же время к началу XIX в. накопленный наукой опыт, материал в отдельных областях уже не укладывался в рамки механистического объяснения природы и общества. Потребовался новый виток научных знаний и более глубокий и широкий синтез, объединяющий результаты отдельных наук. В этот исторический период науку прославили Ю.Р. Майер (1814-1878), Дж. Джоуль (1818-1889), Г. Гельмгольц (1821-1894), открывшие законы сохранения и превращения энергии, что обеспечило единую основу для всех разделов физики и химии. Таким образом, к рубежу XIX-XX вв. произошли крупные изменения в основах научного мышления, механистическое мировоззрение исчерпало себя, что привело классическую науку Нового времени к кризису. Этому способствовали помимо названных выше, открытие электрона и радиоактивности.

В результате разрешения кризиса произошла новая научная революция, начавшаяся в физике и охватившая все основные отрасли науки, Она связана, прежде всего, с именами М. Планка (1858-1947) и А. Эйнштейна (1879-1955) Открытие электрона, радия, превращения химических элементов, создание теории относительности и квантовой теории ознаменовали прорыв в область микромира и больших скоростей. Успехи физики оказали влияние на химию. Квантовая теория, объяснив природу химических связей, открыла перед наукой и производством широкие возможности химического преобразования вещества. Началось проникновение в механизм наследственности, получила развитие генетика, сформировалась хромосомная теория. С теоретической точки зрения, наука – система знаний, форма общественного сознания. С точки зрения общественного разделения труда, наука – форма деятельности, системой отношений между учеными и научными учреждениями; с точки зрения социального института; с точки зрения практического применения выводов науки со стороны ее общественной роли.

Современная наука охватывает огромную область знаний – около пятнадцати тысяч дисциплин, которые в различной степени отдалены друг от друга. Объем научной информации в XX – начале XXI в. удваивается примерно каждые 10-15 лет. Если в 1900 г. существовало около десяти тысяч научных журналов, то в настоящее время их несколько сотен тысяч. Более 90% всех важнейших научно-технических достижений приходится на XX в. 90% ученых, когда-либо живших на Земле, – наши современники. Число ученых в мире к концу XX столетия достигло свыше 5 млн. чел.

В настоящее время научные дисциплины принято подразделять на три большие группы: естественные, общественные и технические. Отрасли науки различаются по своим предметам и методам. В то же время резкой грани между ними нет и ряд научных дисциплин занимает промежуточное междисциплинарное положение, например, биотехнология, радиогенетика.

Науки подразделяют на фундаментальные и прикладные. Фундаментальные науки занимаются познанием законов, управляющих поведением и взаимодействием базисных структур природы, общества и мышления. Эти законы изучаются в «чистом виде», поэтому фундаментальные науки иногда называют чистыми науками. Цель прикладных наук – применение результатов фундаментальных наук для решения не только познавательных, но и социально-практических проблем. Создание теоретического задела для прикладных наук

обусловливает, как правило, опережающее развитие фундаментальных наук по сравнению с прикладными. В современном обществе, в развитых индустриальных странах ведущее место принадлежит именно теоретическому, фундаментальному знанию, и роль его все время повышается. В цикле «фундаментальные исследования - разработки - внедрение» – установка на сокращение сроков движения.

Классификации наук

Самыми древними, наиболее полными классификациями являются классификации наук Платона и Аристотеля. Они создавались в школах великих ученых, прошли множество путей развития и становления. Опишем их более подробно. Установленный Платоном принцип, сохранившийся с удивительным постоянством до новейших времен, – принцип разделения научных отраслей соответственно различию духовных способностей, которые принимаются в существенных чертах во внимание при различных научных проблемах. Таких духовных способностей три:

- познание в понятиях, совершающееся путем беседы в форме диалога, или в форме вопросов, которые задает себе мыслитель, и ответов, которые он на них находит;
- чувственное восприятие, посредством которого воспринимаются объекты природы;
- воля и желание, которые служат источником человеческого воздействия с его продуктами.

Отсюда вытекают три части науки: диалектика, физика и этика. По сравнению с системой Платона аристотелевская классификация характеризуется более развитым разделением труда. При помощи установленных самим философом основных законов логического различения, можно открыть у него при установлении классификации два руководящих принципа. Первый сводится к разделению научных областей согласно разделению духовных способностей, что представляет собою платоновское разделение наук по трем направлениям духовной человеческой деятельности. К указанному принципу Аристотель присоединяет второй - классифицирование наук согласно преследуемым научной деятельностью целям. Через применение этого объективного понятия цели к трехчленному платоновскому делению, основанному на различении субъективных духовных способностей, последнее восходит к двухчленному делению, так как диалектика и физика служат познанию, этика, напротив того, стремится открыть основные законы действовать. Поэтому первые в качестве теоретической науки противопоставляются последней как практической. Аристотелевская система наук на многие столетия определила ход научного развития; содержащееся в ней разделение наук продолжило господство аристотелевской философии на очень долгое время.

Таким образом, возникает, как выражение этой ощущаемой специальными науками потребности в более широком и полном расчленении понятий, новая великая классификация, которую установил Френсис Бэкон первоначально в 1605 году, потом в более развитом виде в своем сочинении «*De dignitate et augmentis scientiarum*», явившемся в 1623 году. Эта классификация приобрела такое же каноническое значение для науки нового времени, какое имела аристотелевская для науки средних веков. Не только расчленение Бэконом всех главных областей знания, правда, частью под другими именами, и определение их по их задачам имеют значение в существенных чертах для настоящей системы наук, но также и логическая основа его классификации в целом осталась нетронутой вплоть до начала XIX века. Эта основа состоит опять в значительной степени, конечно, в модифицированном применении платоно-аристотелевского принципа расчленения областей знания согласно различию духовных способностей. Бэкон различает науки друг от друга согласно различию духовных деятельностей, которыми мы пользуемся при разработке отдельных родов проблем.

Так как каждая научная деятельность есть деятельность интеллектуальная: воля, желание и действие отнюдь не функции познания и, следовательно, не должны иметь никакого отношения к научному познанию, то для Бэкона совершенно утрачивает значение признак разделения наук, необходимый для выделения этики Платона и практических и

поэтических наук Аристотеля. Все науки в совокупности образуют, по его мнению, «*globus intellectualis*» - интеллектуальный мир. Очень высоко ценят такие применения и пользу, где Бэкон, с одной стороны, сузил аристотелевское понятие практических наук, предположив для каждой практической или технической дисциплины теоретическую в качестве ее основы, а, с другой стороны, расширил, допустив в принципе для каждой теоретической, по крайней мере, для тех из них, которые относятся к объяснительным, называемым им «философскими», дисциплинам, соответствующую возможную практическую науку. Так, теоретической физике соответствует техническая; теоретической химии – техническая химия; анатомии и физиологии – практическая медицина; теоретическому учению о человеческом обществе – практическая политика. Эта мысль о всепроникающем отношении теоретической науки к подчиненной ей, применяющей ее к жизни, дисциплине представляет собою одну из самых плодотворных мыслей бэконовской системы. С гениальной прозорливостью Бэкон придал противоположности теоретического и практического, установленной Аристотелем, новый смысл, приобретший в вопросе о взаимоотношении науки и жизни основное значение для новейшего научного знания.

Психология знает три главных формы интеллектуальной деятельности: память, фантазию и рассудок, которые, хотя сами по себе и являются всегда неразлучно все вместе, однако, могут действовать при этом в различной степени. Поэтому у Бэкона мы и находим трехчленное деление наук. Памяти соответствует история фантазии – поэзия, в которой Бэкон исключительно видит изображение познанного в созерцательных и символических формах; рассудку – совокупность объяснительных наук, называемых им одним именем «философия», в применении какового термина еще сказывается перешедшее из древности и до начала нового времени сохранившееся тождество философии и науки. Для дальнейшей же группировки наук внутри этих областей Бэкон пользуется различием самих объектов. Это наиболее распространенные классификации наук и наиболее полные.

Наука как производительная сила общества

В тезисе «Наука как производительная сила общества» сформулирована важная социальная функция науки, связанная с воплощением научного знания во все механизмы и аспекты производственного процесса. Еще родоначальник английского материализма Ф. Бэкон считал, что знание должно стать силой. Спустя два столетия, исследуя капиталистический способ производства, взаимодействие науки и общества, К. Маркс приходит к выводу о том, что наука выступает в качестве непосредственной производительной силы.

В «Капитале» он писал, что невозможно усовершенствовать современную индустрию, опираясь лишь на производственный опыт, что в основе повышения эффективности производства лежат научный труд, научное открытие и изобретение. Он рассматривает науку как составную часть производительных сил, отделяя от других, составляющих труда, характеризуя ее как «самостоятельную потенцию производства».

Наука современного типа появилась в ответ на запросы развития техники. Совершенствование техники с помощью мышления, логики, эксперимента усилило влияние науки на производство. К. Маркс подчеркивал, что наука необходима как для развития промышленности в целом, так и для изобретения и усовершенствования двигателей, машин и других устройств.

Наука как производительная сила оказывает влияние на орудия и средства труда, а также на интеллект и знание самого человека, увеличивая его власть над природой. В «Капитале» К. Маркс писал, что в результате применения научных изобретений и открытий средства труда приобретут такую материальную форму, при которой произойдет замена сил человека (физических и интеллектуальных) силами природы, примитивных способов труда – сознательным применением достижений науки. Наука может выступать мощным катализатором совершенствования и изменения производительных сил.

Процесс превращения науки в непосредственную производительную силу начался еще в середине XVIII столетия и продолжается по сей день. Этот процесс позволяет заключить, что сугубо теоретические, абстрактные научные исследования могут приносить конкретный практический результат. К. Маркс, изучая связь науки с экономическими и общественными преобразованиями, пришел к выводу, что связь науки и производства приведет к важным изменениям в жизни общества.

История развития производства показывает, что повышение эффективности производства, увеличение производительности труда, снижение затрат на производство товара невозможно без применения научных достижений. Последователь марксизма Дж. Бернал в труде «Наука и общество» пишет, что только благодаря использованию научных достижений можно добиться расширения автоматизации производства, полного использования материала, сокращения потерь и экономии капитальных затрат в процессе производства, а в результате – снижения себестоимости продукции. Он указывает на тот факт, что промышленность, в свою очередь, содействует науке в техническом оснащении исследований, в постановке проблем, а также является источником финансирования науки. Дж. Бернал в другой работе, «Наука в истории общества», анализируя взаимосвязь науки и производства, подчеркивает, что изменения в производственных отношениях приводят к изменениям в науке. Он говорит, что приход нового класса (буржуазии) к власти, быстрое изменение производственных отношений, как правило, вызывают стремление к усовершенствованию производства и увеличению богатства и мощи господствующего класса. В этот период наука интенсивно развивается. Дж. Бернал пишет, что подъем или упадок науки, ее влияние на производство зависят не только от политических, но и от материальных, технических и экономических факторов.

Возрастание роли науки в экономике связано с углублением и расширением понимания явлений природы, выдающимися научными открытиями (открытие строения атома, теория относительности и др.), а также с предъявлением более высоких требований к научным теориям. В полной мере наука как непосредственная производительная сила сможет реализоваться в высокопроизводительном автоматизированном производстве, когда физические и умственные функции человека будут в основном переданы техническим средствам, созданным на основе достижений науки. При этом надо учесть, что наука становится производительной силой, только преломляясь через личность работника.

Развитие науки и техники служит важной предпосылкой достижения нового качественного состояния общества, осуществления социальных программ, повышения материального и культурного уровня жизни людей. До XIX столетия в качестве конечного результата научного исследования мыслилась теория, которая описывала и объясняла изучаемые явления и процессы. Превращение науки в непосредственную производительную силу приводит к изменению данного подхода: ценность научного результата зависит от внедрений научных достижений в промышленное производство с целью получения новых материалов и продуктов, удовлетворяющих потребности людей. Однако следует отметить, что прагматическая связь науки и производства, рассмотрение науки как источника выгоды и пользы наживы усиливают тенденции дегуманизации как науки, так и производства. Примерами тому являются изобретение оружия массового уничтожения, милитаризация экономики, гонка вооружений и др. В связи с этим возрастает социальная ответственность ученых за результаты своего научного поиска, а также возникает потребность в осмыслении перспектив взаимодействия науки и производства.

В целом наука существенно изменила образ жизни человека, оказала влияние на развитие новых технологий. В настоящее время в производстве широко применяются электронные устройства, современные средства связи, получения, хранения и передачи информации. Современное общество, опираясь именно на достижения науки и техники, создает принципиально новые условия для трудовой деятельности человека и возможности для его разностороннего развития.

Дифференциация и интеграция наук

Развитие науки характеризуется диалектическим взаимодействием двух противоположных процессов – дифференциацией (выделением новых научных дисциплин) и интеграцией (синтезом знания, объединением ряда наук - чаще всего в дисциплины, находящиеся на их «стыке»). На одних этапах развития науки преобладает дифференциация (особенно в период возникновения науки в целом и отдельных наук), на других – их интеграция, это характерно для современной науки.

Процесс дифференциации, отпочкования наук, превращения отдельных «зачатков» научных знаний в самостоятельные (частные) науки и внутринаучное «разветвление» последних в научные дисциплины начался уже на рубеже XVI и XVII вв. В этот период единое ранее знание (философия) раздваивается на два главных «ствола» – собственно философию и науку как целостную систему знания, духовное образование и социальный институт. В свою очередь философия начинает расчленяться на ряд философских наук (онтологию, гносеологию, этику, диалектику и т.п.), наука как целое разделяется на отдельные частные науки (а внутри них - на научные дисциплины), среди которых лидером становится классическая (ньютоновская) механика, тесно связанная с математикой с момента своего возникновения.

В последующий период процесс дифференциации наук продолжал усиливаться. Он вызывался как потребностями общественного производства, так и внутренними потребностями развития научного знания. Следствием этого процесса явилось возникновение и бурное развитие пограничных, «стыковых» наук.

Как только биологи углубились в изучение живого настолько, что поняли огромное значение химических процессов и превращений в клетках, тканях, организмах, началось усиленное изучение этих процессов, накопление результатов, что привело к возникновению новой науки – биохимии. Точно так же необходимость изучения физических процессов в живом организме привела к взаимодействию биологии и физики и возникновению пограничной науки – биофизики. Аналогичным путем возникли физическая химия, химическая физика, геохимия и т.д. Возникают и такие научные дисциплины, которые находятся на стыке трех наук, как, например, биогеохимия. Основоположник биогеохимии В. И. Вернадский считал ее сложной научной дисциплиной, поскольку она тесно и целиком связана с одной определенной земной оболочкой - биосферой и с ее биологическими процессами в их химическом (атомном) выявлении. «Область ведения» биогеохимии определяется как геологическими проявлениями жизни, так и биохимическими процессами внутри организмов, живого населения планеты.

Дифференциация наук является закономерным следствием быстрого увеличения и усложнения знаний. Она неизбежно ведет к специализации и разделению научного труда. Последние имеют как позитивные стороны (возможность углубленного изучения явлений, повышение производительности труда ученых), так и отрицательные (особенно «потеря связи целого», сужение кругозора - иногда до «профессионального кретинизма»). Касаясь этой стороны проблемы, А. Эйнштейн отмечал, что в ходе развития науки «деятельность отдельных исследователей неизбежно стягивается ко все более ограниченному участку всеобщего знания. Эта специализация, что еще хуже, приводит к тому, что единое общее понимание всей науки, без чего истинная глубина исследовательского духа обязательно уменьшается, все с большим трудом поспевает за развитием науки...; она угрожает отнять у исследователя широкую перспективу, принижая его до уровня ремесленника». Одновременно с процессом дифференциации происходит и процесс интеграции – объединения, взаимопроникновения, синтеза наук и научных дисциплин, объединение их (и их методов) в единое целое, стирание граней между ними. Это особенно характерно для современной науки, где сегодня бурно развиваются такие синтетические, общенаучные области научного знания как кибернетика, синергетика и др., строятся такие интегративные картины мира, как естественнонаучная, общенаучная, философская (ибо философия также выполняет интегративную функцию в научном познании).

Тенденцию «смыкания наук», ставшей закономерностью современного этапа их развития и проявлением парадигмы целостности, четко уловил В. И. Вернадский. Большим новым явлением научной мысли XX в. он считал, что «впервые сливаются в единое целое все до сих пор шедшие в малой зависимости друг от друга, а иногда вполне независимо, течения духовного творчества человека. Перелом научного понимания Космоса совпадает, таким образом, с одновременно идущим глубочайшим изменением наук о человеке. С одной стороны, эти науки смыкаются с науками о природе, с другой - их объект совершенно меняется». Интеграция наук убедительно и все с большей силой доказывает единство природы. Она потому и возможна, что объективно существует такое единство.

Таким образом, развитие науки представляет собой диалектический процесс, в котором дифференциация сопровождается интеграцией, происходит взаимопроникновение и объединение в единое целое самых различных направлений научного познания мира, взаимодействие разнообразных методов и идей.

В современной науке получает все большее распространение объединение наук для разрешения крупных задач и глобальных проблем, выдвигаемых практическими потребностями. Так, например, сложная проблема исследования Космоса потребовала объединения усилий ученых самых различных специальностей. Решение очень актуальной сегодня экологической проблемы невозможно без тесного взаимодействия естественных и гуманитарных наук, без синтеза вырабатываемых ими идей и методов.

Ускоренное развитие науки

Говоря о важной роли науки в жизни общества, Ф. Энгельс в середине XIX в. обратил внимание на то обстоятельство, что наука движется вперед пропорционально массе знаний, унаследованных ею от предшествующего поколения. Позднее он же, конкретизируя данное положение, подчеркнул, что со времени своего возникновения (т. е. с XVI—XVII вв.) развитие наук усиливалось пропорционально квадрату расстояния (во времени) от своего исходного пункта.

Констатация экспоненциального закона развития науки (то есть ускорения его темпов) и есть одна из общих закономерностей ее развития. Данная закономерность проявляется в увеличении общего числа научных работников, научных учреждений и организаций, публикаций, выполняемых научных работ и решаемых проблем, материальных затрат на науки или (и) доходов от нее и т. п.

Ускоренное развитие науки есть следствие ускоренного развития производительных сил общества. Это привело к непрерывному накоплению знаний, в результате чего их масса, находящаяся в распоряжении ученых последующего поколения, значительно превышает массу знаний предшествующего поколения. По разным подсчетам (и в зависимости от области науки), сумма научных знаний удваивается в среднем каждые 5—7 лет (а иногда и в меньшие сроки).

Одним из критериев ускорения темпов развития науки является сокращение сроков перехода от одной ступени научного познания к другой, от научного открытия к его практическому применению. Если в прошлом открытие и его применение отделялись десятками и даже сотнями лет, то теперь эти сроки исчисляются несколькими годами и даже месяцами.

На рассматриваемую закономерность развития науки обратил внимание В.И. Вернадский, великий ученый и мыслитель, который подчеркнул, что «ходу научной мысли свойственна определенная скорость движения, что она закономерно меняется во времени, причем наблюдается смена периодов её замирания и периодов её усиления. Такой именно период усиления творчества мы наблюдаем в настоящее время. Характерными чертами ускоренного, интенсивного развития науки Вернадский В.И. считал:

- «чрезвычайную быстроту научного творчества»;
- открытие нетронутых ранее научной мыслью полей исследования;
- созидательный, а не разрушительный характер научной работы;
- единство созидания нового и сохранение ранее достигнутого;

- «освещение» старого новым пониманием;
- создание нового на основе использования «переработанного до конца» старого.

В условиях бурного роста науки возникает ряд острых проблем. Одна из них – задача ориентировки в огромной массе научного материала, в колоссальном количестве научных публикаций. Сегодня в этом огромную пользу оказывает Интернет, другие высокотехнологичные технические средства поиска и обработки научно-технической информации. При этом происходит её сжатие, уплотнение с отсечением общеизвестного, несущественного, с ликвидацией дублирования

Роль науки в современном обществе

В последние десятилетия XX в. общество переживало научную революцию, принципиально изменившую отношение мира человека и мира природы. В дальнейшем общество будет характеризоваться тем, какое место в нем будут занимать информация и знания. Уже сегодня в наиболее развитых странах основные отрасли промышленности, сельское хозяйство, связь, коммуникации, образование и духовная жизнь прочно опираются на достижения фундаментальной науки. Информация становится ценным продуктом и основным товаром. В такой ситуации резко возрастает необходимость «вложений» в человека. Будущее экономики, экологии, всей человеческой жизни зависит прежде всего от того, каков интеллектуальный потенциал людей. Информационно-компьютерная революция вносит в мир реальности «виртуальную реальность», искусственную псевдосреду. Диалог микропроцессорной системы и человека во многом существенно предопределяет процесс обучения, профессиональный труд и др. Высокий уровень информированности, пробуждение творческого потенциала, невиданные способы общения людей – все это породит иной тип человеческой личности. Наряду с истощением энергетических, экологических ресурсов неизменно растет интеллектуальный, информационный и ресурс научно-технического знания. Опираясь на этот ресурс человечество в состоянии преодолеть назревающую нестабильность

Сегодня в мире наступил информационный этап развития. Всеобщая компьютеризация дала возможность использовать цифровые технологии во многих сферах жизни. Их применение требует новых знаний, навыков и умений, приобретение которых и должна обеспечить современная наука.

Влияние науки на общественную жизнь неоспоримо. Невозможно переоценить роль науки в современном обществе, ведь сегодня она оказывает огромное влияние на многие сферы жизни и деятельности людей. Не вызывает сомнений и то, что от степени развития науки зависят все показатели развития общества – экономические, культурные, образовательные. Прошлый век принес технологические, экономические и социальные изменения в жизнь людей. И сегодня, оценивая роль науки в современном мире, можно сделать выводы, что на следующих этапах человеческого развития формировать его жизнедеятельность будут следующие основные направления: информатика, генетика, экология, энергетика, генная инженерия, кибернетика и т.д. дает возможность изучение человеческого мозга, материаловедение, исследование.

Развитие науки имеет связь с решением актуальных экологических проблем. Особенно важна роль науки в современном мире в качестве социальной силы, помогающей решить наболевшие важные проблемы современности. К ним, в частности, относится экологическое состояние планеты. Стремительный научно-технический прогресс, привнося в жизнь человека качественно новые изменения, приводит к значительному уменьшению ресурсов планеты, загрязнению окружающей среды. Поэтому наука становится одной из причин невосполнимых утрат и необратимых изменений, происходящих в той среде, в которой обитает человечество. Научные данные играют главную роль в оценке масштабов экологических угроз.

Влияние науки на современную культуру: возрастающая с каждым годом роль науки в современном обществе привела к возникновению ее особого статуса в культуре и новых видов взаимодействия со многими слоями общественного сознания. Поэтому и возникла проблема соотношения особенностей научного познания с другими видами деятельности, ведущей к

познанию – обыденным сознанием, искусством. Эта философская проблема обладает большим практическим значением. Осознание особенностей науки является важной предпосылкой для использования научных методов в управлении культурными процессами. Это осмысление также необходимо для выработки законов, помогающих управлять самой наукой в условиях бурного технического прогресса, ведь для изучения особенностей научного познания необходимо проанализировать его социальную обусловленность, а также его взаимодействие с разными сферами культуры как материальной, так и духовной. В связи с этим роль науки в обществе будет постоянно возрастать.

Какую роль играет наука в современном образовании? С помощью научных знаний человек постигает мир. Большая роль науки в современном обществе состоит еще и в том, что управлять им, не имея определенных знаний, невозможно. Научные знания привели к изменениям социальной структуры общества: появилось большее количество людей, занимающихся умственным трудом, и уменьшилась численность тех, кто занят неквалифицированным трудом. Наука воздействует на человека непосредственно через образование. Определяя роль науки в обществе, следует уделить внимание вопросам взаимоотношений ученого и его исследований с человечеством, уровню социальной ответственности деятелей науки. Проблема состоит в том, чтобы новые изобретения не были обращены против человека. Необходимо отказаться от принципов свободы научных поисков, которые ничем не ограничены. Научные исследования должны быть на благо человека, а не во вред ему. Современная наука должна чувствовать свою этическую ответственность за будущее всей планеты.

Современная наука – сфера исследовательской деятельности, направленная на производство знаний об мышлении, природе, обществе и включающая все необходимые компоненты для этого производства: знания и способности, квалификация и опыт ученых; кооперация и разделение научного труда; методы и способы научно-исследовательской работы; научные учреждения, лабораторное и экспериментальное оборудование; категориальный и понятийный аппарат; вся совокупность научной информации. Современная наука представляет собой совокупность следующих проявлений: системообразующий фактор – особая форма познания мира, своеобразная «субстанция» – специфическая деятельность; социальный институт – способ объединения ученых, их совместная деятельность. Трактовка науки с точки зрения гносеологии обусловлена уровнем ее развития, общественно-историческими условиями. Наука представляет собой систему знаний и выступает как особая форма общественного сознания. В современном мире наука – это вид духовного производства, особая сфера профессионально-специализированной деятельности, социальный институт.

Социальная роль науки

Основная функция науки состоит в производстве новых знаний об окружающем мире. Эти знания необходимы для того, чтобы в первую очередь объяснить факты, с которыми приходится постоянно встречаться в разных сферах производственно-технической, культурно-исторической, познавательной-культурной и повседневно-практической деятельности. Для осуществления этой функции наука создает понятия, выдвигает гипотезы, открывает законы и строит теории. В принципе любое объяснение представляет собой дедуктивный вывод конкретного высказывания о факте из некоторого общей посылки, чаще всего из закона или теории. Кроме того, в качестве меньшей посылки используются высказывания, уточняющие конкретные условия, относящиеся к факту (начальные или граничные условия). Однако, несмотря на всю важность и необходимость объяснительной функции науки, она ограничивается лишь исследованием существующих фактов.

Наука как социальный институт – это социальный способ организации совместной деятельности ученых, которые являются особой социально-профессиональной группой, определенным сообществом.

Институционализация науки достигается посредством известных форм организации, конкретных учреждений, традиций, норм, ценностей, идеалов и т.п. Цель и назначение науки

как социального института – производство и распространение научного знания, разработка средств и методов исследования, воспроизводство ученых и обеспечение выполнения ими своих социальных функций.

В период становления науки как социального института вызревали материальные предпосылки, создавался необходимый для этого интеллектуальный климат, вырабатывался соответствующий строй мышления. Конечно, научное знание и тогда не было изолировано от быстро развивавшейся техники, но связь между ними носила односторонний характер. Некоторые проблемы, возникавшие в ходе развития техники, становились предметом научного исследования и даже давали начало новым научным дисциплинам. Так было, например, с гидравликой и термодинамикой. Сама же наука мало, что давала практической деятельности – промышленности, сельскому хозяйству, медицине. И дело было не только в том, что сама практика, как правило, не умела, да и испытывала потребности опираться на завоевания науки или хотя бы просто систематически учитывать их.

Сегодня, в условиях научно-технической революции, у науки всё более отчетливо обнаруживается еще одна концепция, она выступает в качестве социальной силы. Наиболее ярко это проявляется в тех многочисленных в наши дни ситуациях, когда данные и методы науки используются для разработки масштабных планов и программ социального экономического развития. При составлении каждой такой программы, определяющей, как правило, цели деятельности многих предприятий, учреждений и организаций, принципиально необходимо непосредственное участие учёных как носителей специальных знаний и методов из разных областей. Также ввиду комплексного характера подобных планов и программ их разработка и осуществление предполагают взаимодействие общественных, естественных и технических наук.

Организация науки в Российской Федерации

В Федеральном законе от 23 августа 1996 г. «О науке и государственной научно-технической политике» физические лица разделены на три группы: научные работники (исследователи), специалисты научной организации (инженерно-технические работники) и работники сферы научного обслуживания.

Субъектами научной деятельности в системе высшего и послевузовского профессионального образования являются научно-технические, научные и инженерно-технические работники, докторанты, аспиранты, соискатели, а также студенты и слушатели. К научно-техническим работникам относятся лица, занимающие должности декана факультета, заведующего кафедрой, профессора, доцента, старшего преподавателя, преподавателя и ассистента. Должности профессора и доцента следует отличать от сходных по названию ученых званий. Работник может замещать одну из этих должностей, имея неадекватное ей ученое звание, либо не обладая каким-либо ученым званием.

Научная деятельность субъектов заключается в применении определенных приемов, операций, методов для постижения объективной истины и обнаружения законов действительности.

Таким образом, наука – особый вид познавательной деятельности, направленной на получение, уточнение и распространение объективных, системно-организованных и обоснованных знаний о природе, обществе и мышлении. Основой этой деятельности является сбор научных фактов, их постоянное обновление и систематизация, критический анализ и, на этой базе, синтез новых научных знаний или обобщений, которые не только описывают наблюдаемые природные или общественные явления, но и позволяют построить причинно-следственные связи и, как следствие – прогнозировать. Те естественнонаучные теории и гипотезы, которые подтверждаются фактами или опытами, формулируются в виде законов природы или общества.

Законодательную основу регулирования отношений между субъектами научной и научно-технической деятельности, органами власти и потребителями научной и научно-технической продукции образует Федеральный закон от 23 августа 1996 г. «О науке и

государственной научно-технической политике». Согласно Закону, государственная научно-техническая политика осуществляется исходя из следующих основных принципов:

- признания науки социально значимой отраслью, определяющей уровень развития производительных сил государства;
- гарантии приоритетного развития фундаментальных научных исследований;
- интеграции научной, научно-технической и образовательной деятельности на основе различных форм участия работников, аспирантов и студентов вузов в научных исследованиях и экспериментальных разработках посредством создания учебно-научных комплексов на базе вузов, научных организаций академий наук, имеющих государственный статус, а также научных организаций министерств и иных федеральных органов государственной власти;
- поддержки конкуренции и предпринимательской деятельности в области науки и техники;
- развития научной, научно-технической и инновационной деятельности посредством создания системы государственных научных центров и других структур;
- концентрации ресурсов на приоритетных направлениях развития науки и техники;
- стимулирования научной, научно-технической и инновационной деятельности через систему экономических и иных льгот.

Система наук условно делится на естественные, гуманитарные и технические. Они в свою очередь делятся на научные направления. Существует Номенклатура научных специальностей, в которой приведены все имеющиеся научные специальности, сгруппированные по научным направлениям, с шифрами, состоящими из трех пар арабских цифр. Например, направление физико-математические науки – 01.00.00, а специальность «Математический анализ» – 01.01.01. Направление Технические науки 05.00.00, специальность 05.13.10 – «Управление в социальных и экономических системах (технические науки)». Направление Экономические науки – 08.00.00, специальность «Экономика и управление народным хозяйством» - 08.00.05. и т.д.

Как видно из схемы, представленной на рис.1., основной формой организации коллективной научной деятельности являются научно-исследовательские институты (НИИ).

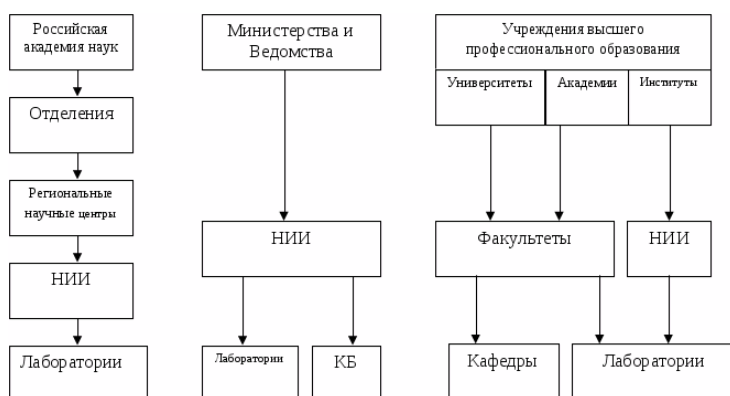


Рисунок 1.1 – Организация науки в России

Научные исследования осуществляются в академических институтах Российской Академии наук (РАН), отраслевых НИИ и вузах. РАН представляет сеть отделений: Дальневосточное, Сибирское, Уральское отделение и т.д. Отделения содержат в своей структуре региональные научные центры, в состав которых входят академические институты. Так, к примеру, в структуре Коми научного центра, который входит в Уральское отделение РАН, шесть институтов: институт биологии, институт геологии, институт физиологии, институт химии, институт языка, литературы и истории; институт социально-экономических и энергетических проблем севера.

В структуре многих министерств и ведомств функционируют отраслевые научно-исследовательские институты (НИИ). Они являются полигоном для апробации новых моделей конструкторских бюро (КБ). В лабораториях НИИ создаются новые материалы, проводятся расчеты и прогнозы действующих и будущих теоретических моделей.

В структуру крупных вузов также входят НИИ. Так, например, в состав Санкт-Петербургского госуниверситета входят НИИ механики, химии, физики и др. Кроме того, в составе факультетов научные исследования проводят кафедры и лаборатории.

Управление научной и научно-технической деятельностью в Российской Федерации

В Российской Федерации управление научной и (или) научно-технической деятельностью осуществляется на основе сочетания принципов государственного регулирования и самоуправления. Органы государственной власти, учреждающие государственные научные организации, утверждают их уставы, осуществляют контроль за эффективным использованием и сохранностью предоставленного им имущества, осуществляют другие функции в пределах своих полномочий.

В соответствии со ст.7 Закона от 23 августа 1996 г. органы государственной власти России и субъектов РФ, научные организации и организации научного обслуживания и социальной сферы в пределах своих полномочий определяют приоритетные направления развития науки и техники, обеспечивают формирование системы научных организаций, межотраслевую координацию научной и (или) научно-технической деятельности, разработку и реализацию научных и научно-технических программ и проектов, развитие форм интеграции науки и производства, реализацию достижений науки и техники.

На уровне субъектов России управление в сфере науки непосредственно организуют министерства, управления и другие структурные подразделения местных органов власти. Согласно ст. 12 Закона от 23 августа 1996 г. к ведению органов государственной власти субъектов РФ относится:

- участие в выработке и реализации государственной научно-технической политики;
- определение приоритетных направлений развития науки и техники в субъектах РФ;
- формирование научных и научно-технических программ и проектов субъектов РФ;
- финансирование научной и научно-технической деятельности за счет средств бюджетов субъектов РФ;
- формирование органов управления в сфере научной и научно-технической деятельности субъектов РФ и межрегиональных органов;
- управление государственными организациями регионального значения, в том числе их создание, реорганизация и ликвидация;
- контроль за деятельностью государственных научных организаций федерального значения по вопросам, относящимся к полномочиям органов государственной власти субъектов РФ;
- формирование межрегиональных и региональных фондов научного, научно-технического и технологического развития;
- осуществление иных полномочий, не отнесенных федеральными законами к ведению органов государственной власти субъектов РФ.

Основной правовой формой отношений между научной организацией, заказчиком и иными потребителями научной и (или) научно-технической продукции, в том числе министерствами и иными федеральными органами исполнительной власти, являются договоры (контракты) на создание, передачу и использование научной и (или) научно-технической продукции, оказание научных, научно-технических, инженерно-консультационных и иных услуг, а также другие договоры. Правительство РФ и органы исполнительной власти субъектов РФ, учредившие государственные научные организации,

вправе устанавливать для них обязательный государственный заказ на выполнение научных исследований и экспериментальных разработок.

Согласно ст. 114 Конституции РФ Правительство России обеспечивает проведение единой государственной политики в области науки. Федеральный закон от 23 августа 1996 г. «О науке и государственной научно-технической политике» определил функциональные обязанности и права Правительства, в частности право устанавливать обязательный государственный заказ на научные исследования для учрежденных им научных организаций, ограничивать и лицензировать отдельные виды деятельности, вводить в необходимых случаях режим секретности, а также обязанность обеспечивать создание федеральных информационных фондов и систем в области науки и техники, организовать исполнение федерального бюджета в части расходов на научные исследования и проведение экспериментальных разработок.

В ведении Правительства РФ находятся Российский фонд фундаментальных исследований и Российский гуманитарный научный фонд. В уставах этих фондов указано, что они являются некоммерческими организациями в форме федеральных учреждений. Они проводят отбор на конкурсной основе проектов научных исследований, поддерживаемых этими фондами, по изданию научных трудов, организации научных мероприятий (конференций, семинаров и т.п.), развитию экспериментальной базы научных исследований. Фонды финансируют отобранные проекты и мероприятия, контролируют использование выделенных средств, поддерживают международное сотрудничество в области научных исследований.

Важные управленческие функции в сфере вузовской науки выполняет Министерство образования и науки РФ. Структурным подразделением Минобрнауки России выступает Высшая аттестационная комиссия (ВАК), главными задачами которой являются:

- обеспечение единой государственной политики, осуществление контроля и координация деятельности в области аттестации научных и научно-педагогических кадров высшей квалификации;

- содействие улучшению количественного состава научных и научно-педагогических кадров, повышению эффективности их подготовки и использования с учетом потребностей общества и государства, перспектив развития науки, образования, техники и культуры.

В соответствии с возложенными на нее задачами ВАК:

- разрабатывает в пределах своей компетенции порядок формирования и организации работы диссертационных советов, инструкции и формы документов по вопросам присуждения ученых степеней и присвоения ученых званий;

- контролирует деятельность диссертационных советов, а также пересматривает сеть диссертационных советов по каждой научной специальности;

- разрабатывает порядок оформления и выдачи дипломов доктора наук и кандидата наук и аттестатов профессора и доцента по специальности государственного образца;

- выполняет другие функции, перечисленные в Положении о Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации.

- Федеральные органы исполнительной власти в сферах науки и образования работают во взаимодействии с Российской академией наук, отраслевыми академиями наук, сотрудничают с образовательными учреждениями высшего профессионального образования, общественными научными объединениями.

Высшим научным учреждением страны является Российская академия наук (РАН). РАН проводит фундаментальные и прикладные научные исследования по важнейшим проблемам естественных, гуманитарных и технических наук, принимает участие в координации фундаментальных научно-исследовательских работ, выполняемых научными организациями и высшими учебными заведениями, финансируемыми из федерального бюджета. Академии наук подчинен ряд научно-исследовательских институтов. В составе академии – 9 отделений

по областям и направлениям науки (кстати, на первый взгляд кажется, что стать академиком – это не для молодых, хотя Андрей Дмитриевич Сахаров стал членом-корреспондентом Академии наук СССР в 28 лет, а академиком в 32 года).

Высшим органом управления РАН является общее собрание, которое избирает ее руководство – президента, вице-президентов, членов Президиума. Всей деятельностью академии в период между сессиями общего собрания руководит президент РАН.

Помимо РАН, функционируют отраслевые академии наук: Российская академия архитектуры и строительных наук, Российская академия медицинских наук, Российская академия образования, Российская академия сельскохозяйственных наук, Российская академия художеств. Эти академии имеют государственный статус: они учреждаются федеральными органами исполнительной власти, финансируются из федерального бюджета.

Отраслевые академии наук являются самоуправляемыми организациями, проводят фундаментальные и прикладные научные исследования в соответствующих областях науки и техники и участвуют в координации этих научных исследований. Отраслевые академии наук имеют региональные научные центры.

Весомый вклад в развитие науки вносят отраслевые (ведомственные) научно-исследовательские институты. Так, например, для проведения исследований в сфере права, при Правительстве РФ функционирует Институт законодательства и сравнительного правоведения, при Генеральной прокуратуре РФ – Научно-исследовательский институт проблем укрепления законности и правопорядка.

Большой объем научных исследований в стране выполняется высшими учебными заведениями (университетами, академиями, институтами).

Согласно ст. 8 Федерального закона РФ от 22 августа 1996 г. «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» одной из задач вуза является развитие наук и искусств посредством научных исследований и творческой деятельности научно-педагогических работников и обучающихся, использование полученных результатов в образовательном процессе. Для реализации этой задачи в вузах организуются научные подразделения – научно-исследовательские и проектные институты, лаборатории, конструкторские бюро и иные организации, деятельность которых связана с образованием.

Непосредственное руководство научными исследованиями в вузе осуществляет проректор по научной работе (заместитель начальника института, академии по научной работе), на факультете – декан или его заместитель по научной работе, на кафедре – заведующий кафедрой. Для управления НИР структурных подразделений вузов создаются специальные органы – научно-исследовательские части, сектора, отделы.

В соответствии с Федеральным законом РФ от 23 августа 1996 г. «О науке и государственной научно-технической политике» научные работники вправе создавать на добровольной основе общественные объединения (в том числе научные, научно-технические и научно-просветительские общества, общественные академии наук) в порядке, предусмотренном законодательством об общественных объединениях.

В последние десятилетия в России создано более 60 общественных (негосударственных) академий наук и других общественных объединений, занимающихся научными разработками. Среди них, например, Петровская академия наук и искусств, Российская академия общественных наук, Российская академия естествознания (РАЕ), Российская академия юридических наук (РАЮН) и др.

Таким образом, управление и регулирование научной деятельностью осуществляются согласно принципам:

- органичного единства научно-технического, экономического, социального и духовного развития общества;
- объединения централизации и децентрализации управления научной деятельностью;
- соблюдения требований национальной безопасности;
- признания свободы творческой, научной и научно-технической деятельности;

- сбалансированного развития фундаментальных и прикладных исследований;
- использования достижений мировой науки, возможностей международного научного сотрудничества;
- свободы распространения научной и научно-технической информации;
- открытости для международного научно-технического сотрудничества, обеспечения интеграции российской науки в мировую.

Ученые степени и звания

С позиций статистики ученым вправе называться любой гражданин, творчески работающий в науке. Но формально данное звание должно быть подтверждено соответствующими дипломами и аттестатами, свидетельствующими о наличии ученой степени или звания. Так что вначале предстоит разобраться в этих самых степенях и званиях, наличие которых подтверждается документально уполномоченными на то органами научной власти.

В соответствии с правовыми основами оценки квалификации научных работников и критериями определения этой оценки, обеспечиваемыми государственной системой аттестации, в Российской Федерации установлены следующие ученые степени и ученые звания для научных и научно-педагогических кадров высшей квалификации:

- ученая степень доктора наук по отрасли науки согласно номенклатуре специальностей научных работников;
- ученая степень кандидата наук по отрасли науки согласно номенклатуре специальностей научных работников.

Ученая степень кандидата наук присуждается диссертационным советом по результатам публичной защиты диссертации соискателем, имеющим высшее профессиональное образование.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук должна быть научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи, имеющей существенное значение для соответствующей отрасли знаний, либо изложены научно обоснованные технические, экономические или технологические разработки, имеющие существенное значение для экономики или обеспечения обороноспособности страны.

Ученая степень доктора наук присуждается Высшей аттестационной комиссией на основании ходатайства диссертационного совета, принятого по результатам публичной защиты диссертации соискателем, имеющим ученую степень кандидата наук, с учетом заключения соответствующего экспертного совета Высшей аттестационной комиссии о соответствии представленной диссертации установленным критериям.

Диссертация на соискание ученой степени доктора наук должна быть научно-квалификационной работой, в которой на основании выполненных автором исследований разработаны теоретические положения, совокупность которых можно квалифицировать как новое крупное научное достижение, либо решена крупная научная проблема, имеющая важное социально-культурное или хозяйственное значение, либо изложены научно обоснованные технические, экономические или технологические решения, внедрение которых вносит значительный вклад в развитие экономики страны и повышение ее обороноспособности.

Согласно ст. 22 Федерального закона от 22 августа 1996 г. «О высшем и послевузовском образовании» в Российской Федерации установлены ученые звания профессора и доцента.

Единый реестр ученых степеней и ученых званий, утвержденный постановлением Правительства РФ от 30 января 2002 г., установил следующие ученые звания для научно-технических и научных работников:

- профессора по кафедре образовательного учреждения высшего профессионального и дополнительного профессионального образования;
- доцента по кафедре образовательного учреждения высшего профессионального и дополнительного профессионального образования;

профессора по специальности согласно номенклатуре специальностей научных работников;

доцента по специальности согласно номенклатуре специальностей научных работников.

Согласно п. 6 Положения о порядке присвоения ученых званий, утвержденного постановлением Правительства РФ от 29 марта 2002 г., ученое звание профессора по кафедре может быть присвоено докторам наук, замещающим по трудовому договору должности профессора, заведующего кафедрой, декана факультета, руководителя филиала или института, проректора, ректора вуза или учреждения повышения квалификации, если они имеют опубликованные учебно-методические и научные работы, читают курс лекций на высоком профессиональном уровне, а также на момент представления аттестационных документов:

успешно работают в указанных должностях в течение года;

имеют стаж научно-педагогической работы не менее десяти лет, из них не менее пяти лет педагогической работы в вузах или учреждениях повышения квалификации;

являются авторами (соавторами) учебника (учебного пособия) или не менее трех учебно-методических работ, опубликованных за последние три года;

являются авторами (соавторами) монографии (главы в монографии) или не менее трех научных работ, опубликованных за последние три года;

подготовили в качестве научных руководителей или научных консультантов, как правило, не менее двух учеников, которым присуждены ученые степени.

Ученое звание профессора по специальности может быть присвоено докторам наук, замещающим по трудовому договору должности ведущего научного сотрудника, главного научного сотрудника, заведующего (начальника) научно-исследовательским отделом (отделением, сектором, лабораторией), ученого секретаря, заместителя директора, директора в научных организациях, научных подразделениях вузов или учреждений повышения квалификации и соответствующим требованиям п. 11 Положения.

Одно из основных условий присвоения ученого звания профессора – наличие у работника ученой степени доктора наук. Однако ученое звание профессора по кафедре может быть присвоено без защиты докторской диссертации кандидатам наук (в виде исключения), работникам искусств, специалистам физической культуры и спорта, крупным специалистам, получившим международное или всероссийское признание в конкретной отрасли знаний, если их деятельность соответствует требованиям п. 6 – 10 Положения о порядке присвоения ученых званий.

Ученое звание доцента по кафедре может быть присвоено докторам и кандидатам наук, замещающим по трудовому договору должности доцента, профессора, заведующего кафедрой, декана факультета, руководителя филиала или института, проректора, ректора вуза или учреждения повышения квалификации, если они имеют опубликованные учебно-методические и научные работы, читают курс лекций или ведут занятия на высоком профессиональном уровне, а также на момент представления аттестационных документов:

успешно работают в указанных должностях в течение года;

имеют стаж научно-педагогической работы не менее пяти лет, из них не менее трех лет педагогической работы в вузах или учреждениях повышения квалификации;

являются авторами (соавторами) учебника (учебного пособия) или не менее двух учебно-методических работ, опубликованных за последние три года;

являются авторами (соавторами) монографии (главы в монографии) или не менее двух научных работ, опубликованных за последние три года.

Ученое звание доцента по специальности может быть присвоено докторам, кандидатам наук, замещающим по трудовому договору, должности старшего научного сотрудника, главного научного сотрудника, заведующего (начальника) научно-исследовательским отделом (отделением, сектором, лабораторией), ученого секретаря, заместителя директора, директора в научных организациях, научных подразделениях вузов и учреждениях повышения квалификации и соответствующим требованиям п. 17 Положения от 29 марта 2002 г.

Доцент, как минимум, должен иметь ученую степень кандидата наук. Вместе с тем при наличии условий, обозначенных в пунктах 13 – 16 Положения о порядке присвоения ученых званий, ученое звание доцента может быть присвоено без защиты диссертации, в виде исключения, лицам, имеющим высшее образование, работникам искусств, специалистам физической культуры и спорта, высококвалифицированным специалистам, получившим международное или всероссийское признание в конкретной области знаний.

Таким образом, учёные степени и звания – квалификационная система в науке и высшей школе, позволяющая ранжировать научных и научно-педагогических сотрудников на отдельных ступенях академической карьеры.

Подготовка научных и научно-педагогических кадров в Российской Федерации

Подготовка научных и научно-педагогических кадров в России осуществляется через аспирантуру и докторантуру.

В России принята система присуждения ученых степеней кандидата и доктора наук. Научным работникам, совмещающим исследовательскую деятельность с преподавательской работой, присуждаются ученые звания: доцент, профессор. Аттестацию научных кадров в РФ осуществляет Высший аттестационный комитет - ВАК России.

В ст. 21 Федерального закона от 22 августа 1996 г. «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» сказано, что подготовка научно-педагогических работников осуществляется в аспирантуре и докторантуре вузов, научных учреждений или организаций, а также путем прикрепления к указанным учреждениям или организациям соискателей для подготовки и защиты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук или доктора наук либо путем перевода педагогических работников на должности научных работников для подготовки диссертаций на соискание ученой степени доктора наук. Кроме того, согласно Положению о магистерской подготовке (магистратуре) в системе многоуровневого высшего образования Российской Федерации, утвержденному постановлением Госкомвуза от 10 августа 1993 г., подготовка магистров также ориентирована на научно-исследовательскую и научно-педагогическую деятельность.

Основная образовательная программа подготовки магистра предусматривает научно-исследовательскую работу студента, в том числе научно-исследовательскую практику, научно-педагогическую практику, подготовку магистерской диссертации. Программа магистерской подготовки состоит из двух частей: образовательной и научно-исследовательской. К научно-исследовательской части программы предъявляются следующие требования: магистр должен уметь:

- определять проблему, формулировать гипотезы и задачи исследования;
- разрабатывать план исследования;
- выбирать необходимые и наиболее оптимальные методы исследования;
- обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся научных исследований;
- вести библиографическую работу с привлечением современных информационных технологий;
- представлять итоги научного исследования в виде отчетов, рефератов, научных статей.

В завершающем семестре обучения в магистратуре предусматривается сдача выпускных экзаменов и защита магистерской диссертации, являющейся самостоятельным научным исследованием. Результаты выпускных магистерских экзаменов могут быть засчитаны вузом в качестве результатов вступительных экзаменов в аспирантуру. Студентам, обучающимся по магистерской программе, может быть разрешена сдача экзаменов кандидатского минимума.

В аспирантуру вузов, научных учреждений или организаций на конкурсной основе принимаются лица, имеющие высшее профессиональное образование.

Согласно Положению о подготовке научно-педагогических и научных кадров в системе послевузовского профессионального образования в Российской Федерации, утвержденному

приказом Минобразования России от 27 марта 1998 г., поступающие в аспирантуру сдают конкурсные вступительные экзамены по специальной дисциплине, философии, иностранному языку, определяемому вузом или научной организацией и необходимому аспиранту для выполнения диссертационного исследования.

Лица, сдавшие полностью или частично кандидатские экзамены, при поступлении в аспирантуру освобождаются от соответствующих вступительных экзаменов. Приемная комиссия по результатам вступительных экзаменов принимает решение по каждому претенденту, обеспечивая зачисление на конкурсной основе лиц, наиболее подготовленных к научной и педагогической работе. Зачисление в аспирантуру производится приказом руководителя вуза (научного учреждения, организации).

Обучение в аспирантуре может осуществляться по очной форме не более трех лет, по заочной форме – четырех лет. За время обучения аспирант обязан: полностью выполнить индивидуальный план; сдать кандидатские экзамены по философии, иностранному языку и специальной дисциплине; завершить работу над диссертацией и представить ее на кафедру (в совет, отдел, лабораторию, сектор).

Аспиранты, обучающиеся в очной аспирантуре за счет средств бюджета, обеспечиваются государственной стипендией, иногородним предоставляется общежитие. Аспиранты очного обучения пользуются ежегодно каникулами продолжительностью два месяца. Аспиранты, обучающиеся по заочной форме, имеют право на ежегодные дополнительные отпуска по месту работы продолжительностью 30 календарных дней с сохранением среднего заработка, а также на один свободный от работы день в неделю с оплатой его в размере 50% получаемой зарплаты.

Аспиранты пользуются бесплатно оборудованием, лабораториями, учебно-методическими кабинетами, библиотеками, а также имеют право на командировки.

Лица, имеющие высшее профессиональное образование, могут сдать кандидатские экзамены и подготовить диссертацию вне аспирантуры - на правах соискателя. Для этого соискатель прикрепляется к вузу (научному учреждению, организации), имеющему аспирантуру по соответствующей специальности. Прикрепление для подготовки и сдачи кандидатских экзаменов может проводиться на срок не более двух лет, а для подготовки кандидатской диссертации – на срок не более трех лет. Порядок подготовки кандидатских диссертаций в форме соискательства установлен Положением о подготовке научно-педагогических и научных кадров в системе послевузовского профессионального образования в Российской Федерации.

Подготовка докторантов осуществляется по очной форме. В срок до трех лет докторант обязан выполнить план подготовки диссертации и представить ее на кафедру (в отдел, лабораторию, сектор, совет) для получения соответствующего заключения. С целью оказания помощи в проведении исследований ему может быть назначен научный консультант из числа докторов наук.

Лица, имеющие ученую степень кандидата наук, для подготовки докторских диссертаций могут поступить в докторантуру, перевестись на должность научного сотрудника либо прикрепиться к вузу (научному учреждению, организации), имеющему докторантуру по соответствующей научной специальности в качестве соискателя.

Таким образом, сегодня в России выстроена эффективная система подготовки квалифицированных научных кадров.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Что является целью науки ...
2. Непосредственные цели науки...
3. Что не относится к функциям науки...
4. Система наук условно делится на: ...
5. Естествознание исследует ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История разработки и состав приоритетных направлений развития науки и техники в РФ и критических технологий федерального уровня	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Динамика изменений приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в РФ и критических технологий федерального уровня	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Перечень Приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации (утвержден Указом Президента Российской Федерации от 7 июля 2011 г. № 899)	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
4.	Перечень критических технологий Российской Федерации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
5.	Федеральные целевые программы Гранты, конкурсы в научной деятельности и их виды	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
6.	Категории грантов в научной	Информационная лекция

	деятельности	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
7.	Примеры деятельности, оплачиваемой грантами	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
8.	Научные фонды Российский фонд фундаментальных исследований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
9.	Российский научный фонд	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
10.	Российский гуманитарный научный фонд	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
11.	Общие правила оформления заявки на грант	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
12.	Некоторые общие рекомендации при оформлении заявки	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии

Текст лекции.

Россия встала на путь инновационного технологического развития экономики. Для эффективности такого развития государственная научно-техническая и инновационная политика использует множество имеющихся прямых и косвенных методов. Важнейшим условием реализации эффективной государственной научно-технической политики является концентрация научного потенциала, финансовых и материальных ресурсов на приоритетных направлениях развития науки и техники.

Поэтому одним из методов прямого государственного регулирования и активизации инновационной деятельности является отбор и утверждение приоритетных направлений развития науки, технологий и техники. Процесс отбора приоритетов базируется на основе анализа тенденций развития мировой и отечественной экономики и прогноза возможных путей развития и возможных результатов.

Придание прогнозу научно-технологического развития целевой ориентации, превращение его в комплексный целевой прогноз обуславливает потребность в нацеленности прогнозно-аналитических исследований на достижение заранее намеченных социально-экономических и научно-технических результатов. Целенаправленность прогнозного подкрепления программы модернизации российской экономики может быть достигнута посредством привязки прогноза к системе целей, содержащихся в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года.

Прогнозное предвидение при таком подходе должно опираться, ориентироваться на целевые индикаторы, выраженные в следующей форме:

- диверсификация структуры российской экономики;
- повышение конкурентоспособности экономики и ее адаптация к условиям мирового рынка;
- эффективное использование человеческого потенциала;
- развитие высокотехнологичных производств;
- широкое применение энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий, создание материалов с заранее заданными свойствами;
- достижение прорыва в новых наукоёмких отраслях и в экономике знаний.

Комплексный целевой прогноз научно-технологического развития российской экономики, самым тесным образом связан с социально-экономическими программами, посредством которых в стране решаются крупные социальные, экономические, научно-технические проблемы.

В числе примерно 50 федеральных целевых программ, осуществлявшихся в первом десятилетии нынешнего века, примерно четвертую часть составили программы развития высоких технологий и модернизации производства.

В число таких федеральных целевых программ входили:

- программа «Модернизация транспортной системы России (2002-2010 годы)»;
- программа «Глобальная навигационная система»;
- программа «Национальная технологическая база на 2002-2006 годы и на 2007-2011 годы».
- программа «Электронная Россия на 2002-2010 годы»;
- научно-техническая программа «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса на 2002-2006 годы и на 2007-2012 годы»;

- программа «Энергоэффективная экономика на 2002-2005 годы и на перспективу до 2010 года»;
- федеральная космическая программа России на 2006-2015 годы;
- программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002-2010 годы и на период до 2015 года».

Разработка этих федеральных программ сопровождалась целевым прогнозированием, однако оно не было достаточно совершенным, что послужило одной из причин их незавершённости, невыхода на целевые ориентиры и продления сроков реализации.

Экономическое и научно-техническое прогнозирование нашло применение при составлении долгосрочных проектов развития таких ведущих отраслей российской экономики, как энергетика, транспорт, аграрно-промышленный комплекс. В 2010 году Правительство РФ приняло решение о разработке и последующей реализации нового вида социально-экономических программ, именуемых государственными программами РФ. В их общем количестве, составляющем 41 программу, весьма значительная часть – 16 программ – входит в раздел «Инновационное развитие и модернизация экономики». К их числу относятся государственные программы:

- развитие науки и технологий;
- экономическое развитие и инновационная экономика;
- развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности;
- космическая деятельность России;
- информационное общество;
- энергоэффективность и развитие энергетики.

Разработка этих программ предусматривает составление целевого прогноза конечных результатов программы, что закреплено Порядком разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ РФ, утверждённым постановлением Правительства РФ. Применение научно обоснованных методов перспективного прогнозирования и современных технологий организации государственного управления призвано способствовать надёжному выполнению планов модернизации российской экономики.

История разработки и состав приоритетных направлений развития науки и техники в РФ и критических технологий федерального уровня

Под приоритетными направлениями развития науки и техники понимаются основные области исследований и разработок, реализация которых должна обеспечить значительный вклад в социальное, научно-техническое и промышленное развитие страны и в достижение за счёт этого национальных социально-экономических целей.

В каждом из приоритетных направлений развития науки и техники выделяют некоторую совокупность критических технологий.

Критическими технологиями являются такие, которые носят межотраслевой характер, создают существенные предпосылки для развития многих технологических областей или направлений исследований и разработок и дают в совокупности главный вклад в решение ключевых проблем реализации приоритетных направлений развития науки и технологии.

Приоритетные направления развития науки и техники и критические технологии федерального уровня утверждены Председателем Правительственной комиссии по научно-технической политике Постановлениями от 21.06.1996 (2727п-П8 и 2728п-П8 соответственно).

Принятию данного решения предшествовала большая работа, проведённая во исполнение постановления Правительства РФ от 17.04.1995 №360 «О государственной поддержке развития науки и научно-технических разработок», решения Правительственной комиссии по научно-технической политике (протокол от 28.05.1996 №2) и Указа Президента РФ от 13.06.1996 №884 «О доктрине развития российской науки».

Особую область составляют приоритетные направления развития фундаментальной науки. Выбор здесь осуществляется по специальным критериям, не всегда связанным напрямую с потребностями техники и экономики, поэтому выявление критических технологий производилось только по тематическим направлениям исследований и разработок технологического характера.

Подготовка материалов по приоритетным направлениям развития науки и техники, а также перечню критических технологий осуществлялась в несколько этапов. Прежде всего были проанализированы перечни научно-технологических приоритетов всех промышленно развитых стран мира (США, Японии, Германии и др.). Таким образом было выявлено ядро приоритетных направлений (общее для всех этих стран), которое диктовалось собственной логикой развития науки и техники, а также спросом со стороны самых динамичных отраслей экономики:

- производственные технологии;
- электроника и информационные технологии;
- новые материалы;
- науки о жизни и биотехнология.

Развитие названных областей отвечало и национальным интересам России. Именно эти приоритетные направления науки и техники, как показывал мировой опыт, являлись магистральными в формировании нового технологического ядра – основы экономики высокоразвитых стран начала XXI века.

Однако копирование общепринятых приоритетов привело бы к недооценке собственных геополитических, социально-экономических, культурно-исторических и других особенностей. Учёт национальных возможностей должен проводиться таким образом, чтобы в максимальной степени раскрыть перспективы использования своих конкурентных преимуществ.

Вопросу соответствия приоритетных направлений науки и техники, критических технологий федерального уровня национальным целям развития страны уделялось особое внимание. Национальные стратегические цели страны при подготовке доклада определялись в соответствии со следующими официальными материалами: посланиями Президента РФ Федеральному Собранию РФ от 16.02.1995 и 23.02.1996 «О действенности государственной власти в России» и «Россия, за которую мы в ответе», программой Правительства РФ «Реформы и развитие российской экономики в 1995-1997 годах».

Далее к упомянутому выше перечню приоритетных направлений развития науки и техники, общепринятых в технологически развитых странах мира, были добавлены направления, необходимость разработки которых диктовалась чисто российскими особенностями:

- транспорт (ввиду того, что самая большая по территории страна мира для своего динамичного развития должна иметь высокоразвитую транспортную систему и соответствующую инфраструктуру);
- топливо и энергетика (Россия – одна из богатейших стран мира по топливным и энергоресурсам. Умело использовать это преимущество – наиважнейшая задача в условиях, когда направленность экономики остаётся преимущественно сырьевой);

– экология и рациональное природопользование (крайне неблагоприятная экологическая обстановка во многих регионах страны и соответствующие международные обязательства России предопределили необходимость придания данному направлению приоритетного характера).

Итоговый перечень критических технологий федерального уровня содержал 70 позиций по семи приоритетным направлениям развития науки и техники. Первоначальный вариант перечня критических технологий федерального уровня был получен в результате поэтапного опроса экспертов. Были задействованы сотни специалистов – представителей академической, вузовской и отраслевой науки, а также промышленности.

Средством достижения поставленной цели стала двухэтапная процедура опроса экспертов, использующая идеи и принципы известного метода Дельфи. При отборе критических технологий специалистам, участвовавшим в проведении данной работы, предлагалось исходить из оценки того, как эти технологии влияют на качество жизни, конкурентоспособность отечественных товаров и услуг, насколько они экономически эффективны и способны служить основанием для разработки большого числа других технологий, оказывать значительное влияние на большинство сфер экономики страны. Учитывая состояние национальной экономики, необходимость технологического перевооружения, было предложено считать критическими только технологии, реализуемые в ближайшие 10 лет.

Технологии, выгода от использования, которых будет получена в отдалённом будущем, не включаются в перечень критических технологий. Реализация технологий должна вносить прямой, а не опосредованный вклад в рост качества жизни народа или развитие экономики через повышение конкурентоспособности национальной промышленности. Важным этапом стало редактирование подготовленных предложений путём постоянных консультаций с учёными – членами научных советов по государственным научно-техническим программам и другими специалистами – экспертами управлений ГКНТ России.

Была проделана большая и продуктивная работа по составлению текстов описаний критических технологий, входящих в публикуемый перечень. Помимо научно обоснованных корректировок, на содержание перечня критических технологий повлиял ряд субъективных, не всегда соответствующих принятой методологии, однако необходимых компромиссных решений. В результате первоначальные предложения претерпели определённые изменения. Доработка предложений по приоритетным направлениям развития науки и техники, критическим технологиям федерального уровня была осуществлена с декабря 1995 г. по январь 1996 г. в рамках работы рабочей группы, созданной по распоряжению Правительства РФ от 12.12.1995 №1714-р.

Таким образом, предложения по приоритетным направлениям развития науки и техники, перечню критических технологий федерального уровня на завершающем этапе работы явились результатом согласованной позиции 19 министерств и ведомств, представленных в составе рабочей группы.

Экспертный совет при Правительстве РФ весной 1996 г. организовал рассмотрение материалов по данному вопросу. Созданная советом комиссия по результатам рассмотрения сделала вывод о том, что предложения могут быть одобрены с учётом сделанных экспертами замечаний. Решением Правительственной комиссии по научно-технической политике от 28 мая 1996 г. были одобрены в основном приоритетные направления развития науки и техники и перечень критических технологий федерального уровня, принят к сведению перечень приоритетных направлений фундаментальных исследований. Комиссия установила, что

научно-технические программы и проекты по приоритетным направлениям развития науки и техники и критическим технологиям являются объектами первоочередной государственной поддержки.

Было признано целесообразным периодически (раз в 2-3 года) уточнять перечни приоритетных направлений развития науки и техники, критических технологий с целью их актуализации. Правительственная комиссия по научно-технической политике поручила Минэкономике России, ГКНТ России, заинтересованным федеральным органам исполнительной власти и органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации руководствоваться утвержденными приоритетными направлениями развития науки и техники, а также перечнем критических технологий федерального уровня при разработке и уточнении прогноза и программы социально-экономического развития РФ на 1996-2000 годы, прогноза и концепции социально-экономического развития РФ на 1996-2005 годы, других концепций, прогнозов и программ социально-экономического развития.

Представленные в перечне критических технологий федерального уровня позиции формулировались, по возможности, на самом высоком иерархическом уровне (анализ мирового опыта свидетельствует о возможности иерархической разбивки перечней критических технологий до 6-9 уровней).

Такая степень иерархии позволяет проводить эффективную государственную политику. Более детализированные перечни призваны стать необходимым органичным дополнением национального перечня критических технологий. Именно поэтому решением Правительственной комиссии по научно-технической политике от 28.05.1996 было поручено федеральным органам 250 исполнительной власти, осуществляющим финансирование НИОКР гражданского назначения из средств федерального бюджета, разработать и принять до 01.12.1996 перечни приоритетных направлений развития науки и техники, критических технологий, реализуемые в соответствующих отраслях промышленности или сферах экономики. Методические рекомендации по подготовке указанных перечней были подготовлены Государственным комитетом РФ по науке и технологиям (утверждены приказом ГКНТ России от 26.08.1996 №6).

Работу по определению приоритетных направлений науки и техники, критических технологий федерального уровня инициировало преобразованное в августе 1996 г. в Государственный комитет РФ по науке и технологиям Министерство науки и технической политики РФ. Так, был сделан первый, самый трудный шаг в определении тематического вектора научно-технологической политики страны. Затем предстояло продолжать и развивать эту работу, главным в которой является создание эффективного механизма реализации научно-технологических приоритетов.

В результате проведенных работ Постановлениями Правительства РФ от 21.07.1996 2727п-П8 и 2728п-П8 были утверждены приоритетные направления развития науки и техники и критические технологии федерального уровня.

Приоритетные направления развития науки и техники:

1. Фундаментальные исследования.
2. Информационные технологии и электроника.
3. Производственные технологии.
4. Новые материалы и химические продукты.
5. Технологии живых систем.
6. Транспорт.
7. Топливо и энергетика.

8. Экология и рациональное природопользование.

9. Критические технологии федерального уровня

Каждая из критических технологий имеет своё описание, с которым можно ознакомиться в документах Постановления.

Динамика изменений приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в РФ и критических технологий федерального уровня

Инновационное и технологическое развитие экономики с целью концентрации всех необходимых ресурсов стимулируется и регулируется государством путём установления приоритетов. Утверждённые в 1996 году приоритетные направления развития науки и техники и критические технологии федерального уровня были ориентированы на 10-12 лет. Однако научно-технический прогресс в мире и стране, изменения политических отношений потребовали изменения приоритетов гораздо раньше. За последние 20-25 лет приоритеты изменялись в соответствии с требованиями времени – достигнутым уровнем научного и экономического развития, внутренней и внешней политикой страны. Утверждаются и корректируются приоритетные направления развития науки и критические технологии федерального уровня (Приказы Президента РФ Пр.577 от 03.03.2002, Пр-842 и Пр-843 от 21.05.2006, Распоряжение Правительства РФ от 25.08.2008 №1243-р). Так, в 2002 году ввели направление «Перспективные вооружения, военная и специальная техника», в 2004 году добавили направление «Безопасность и противодействие терроризму». В 2004 году утвердили приоритетное направление «Индустрия наносистем и материалов», которое сейчас интенсивно развивается. В целях модернизации и технологического развития российской экономики и повышения её конкурентоспособности 7 июля 2011 года вышел Указ Президента РФ № 899, утверждающий современные приоритетные направления развития науки, технологий и техники в РФ и перечень критических технологий РФ. Новые перечни приоритетных направлений и критических технологий несколько отличаются от предыдущих. Так, вместо 34 критических технологий в новом перечне осталось их двадцать семь. Перечень приоритетных направлений остался почти тем же, но несколько изменились некоторые формулировки.

Перечень Приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации (утвержден Указом Президента Российской Федерации от 7 июля 2011 г. № 899)

1. Безопасность и противодействие терроризму.
2. Индустрия наносистем.
3. Информационно-телекоммуникационные системы.
4. Науки о жизни.
5. Перспективные виды вооружения, военной и специальной техники.
6. Рациональное природопользование.
7. Транспортные и космические системы.
8. Энергоэффективность, энергосбережение, ядерная энергетика

Перечень критических технологий Российской Федерации

1. Базовые и критические военные и промышленные технологии для создания перспективных видов вооружения, военной и специальной техники.
2. Базовые технологии силовой электротехники.

3. Биокаталитические, биосинтетические и биосенсорные технологии.
 4. Биомедицинские и ветеринарные технологии.
 5. Геномные, протеомные и постгеномные технологии.
 6. Клеточные технологии.
 7. Компьютерное моделирование наноматериалов, наноустройств и нанотехнологий.
 8. Нано-, био-, информационные, когнитивные технологии.
 9. Технологии атомной энергетики, ядерного топливного цикла, безопасного обращения с радиоактивными отходами и отработавшим ядерным топливом.
 10. Технологии биоинженерии.
 11. Технологии диагностики наноматериалов и наноустройств.
 12. Технологии доступа к широкополосным мультимедийным услугам.
 13. Технологии информационных, управляющих, навигационных систем.
 14. Технологии наноустройств и микросистемной техники.
 15. Технологии новых и возобновляемых источников энергии, включая водородную энергетику.
 16. Технологии получения и обработки конструкционных наноматериалов.
 17. Технологии получения и обработки функциональных наноматериалов.
 18. Технологии и программное обеспечение распределенных и высокопроизводительных вычислительных систем.
 19. Технологии мониторинга и прогнозирования состояния окружающей среды, предотвращения и ликвидации ее загрязнения.
 20. Технологии поиска, разведки, разработки месторождений полезных ископаемых и их добычи.
 21. Технологии предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера.
 22. Технологии снижения потерь от социально значимых заболеваний. 17.01.2018
- Перечень Приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации
23. Технологии создания высокоскоростных транспортных средств и интеллектуальных систем управления новыми видами транспорта.
 24. Технологии создания ракетно-космической и транспортной техники нового поколения.
 25. Технологии создания электронной компонентной базы и энергоэффективных световых устройств.
 26. Технологии создания энергосберегающих систем транспортировки, распределения и использования энергии.
 27. Технологии энергоэффективного производства и преобразования энергии на органическом топливе.

Приоритетное направление – тематическое направление научно-технологического развития межотраслевого (междисциплинарного) значения, способное внести наибольший вклад в обеспечение безопасности страны, ускорение экономического роста, повышение конкурентоспособности страны за счет развития технологической базы экономики и наукоемких производств.

Критическая технология – комплекс межотраслевых (междисциплинарных) технологических решений, которые создают предпосылки для дальнейшего развития различных тематических технологических направлений, имеют широкий потенциальный круг конкурентоспособных инновационных приложений в разных отраслях экономики и вносят в совокупности наибольший вклад в реализацию приоритетных направлений развития науки, технологий и техники.

В результате работы экспертных групп, федеральных органов исполнительной власти и государственных академий наук, Военно-промышленной комиссии при Правительстве Российской Федерации было сформировано восемь приоритетных направлений и 27 критических технологий, которые являются наиболее перспективными с позиций технологического и инновационного развития, а также определяющими ориентирами совершенствования отечественного научно-технического комплекса с учетом среднесрочных социально-экономических задач развития страны. Приоритетное направление «Безопасность и противодействие терроризму» является комплексным, включающим в себя мероприятия обеспечения безопасности жизнедеятельности и противодействию терроризму. В рамках указанного приоритетного направления рассматривается комплекс технических и технологических решений, направленных на создание и поддержание условий, минимально необходимых для сохранения жизни и поддержания здоровья людей при взаимодействии со средой обитания. В первую очередь реализация данного приоритетного направления направлена на идентификацию опасности, обеспечение защиты и ликвидацию возможных последствий, она охватывает вопросы обеспечения безопасности в природной, бытовой, производственной и городской среде, а также в условиях чрезвычайных ситуаций. Кроме того, в рамках указанного приоритетного направления рассматривается комплекс научных, технических и технологических решений, направленных на противодействие терроризму. Реализация приоритетного направления «Индустрия наносистем» позволит создать новые перспективные материалы, приборы и устройства особого назначения с повышенным сроком службы, низкой материалоемкостью и весом конструкции, что, в свою очередь, будет способствовать укреплению национальной безопасности, повышению качества жизни, а также активизирует процессы импортозамещения и выхода на внешние рынки. Реализация приоритетного направления «Информационно-телекоммуникационные системы» позволит создать современную национальную информационную инфраструктуру, построенную на базе новых видов отечественных производств высокого технологичного уровня, что позволит России выйти на внешние рынки, а также активизировать процессы импортозамещения. Приоритетное направление «Науки о жизни» сформировано и названо в соответствии с мировой практикой и предусматривает: создание новых высокоэффективных, стабильных и специфичных биокатализаторов, в том числе для целей медицины, улучшение существующих и разработка новых процессов и технологий получения биологически активных веществ и лекарственных форм (антибиотики, витамины, стероиды, аминокислоты и другие); обеспечивает решение задач молекулярной медицины, за счет расшифровки генетической информации на всех уровнях ее реализации; улучшение качества профилактики заболеваний, расширение возможностей и повышение доступности средств медицинской диагностики; создание новых средств и методов лечения заболеваний, а также осуществление регенерации поврежденных тканей и органов с помощью клеточной терапии; разработку технологий получения биополимеров, разработку и производство биосовместимых и биоразлагаемых материалов; создание трансгенных растений, животных, насекомых, микроорганизмов и других живых объектов – продуцентов продуктов медицинского, сельскохозяйственного и

промышленного назначения методами генетической и метаболической инженерии, разработка технологий их получения и использования. Реализация приоритетного направления «Науки о жизни» позволит разработать и создать новые лекарственные средства, препараты, методы лечения и диагностики, что, в свою очередь, приведет к снижению уровня заболеваемости, смертности, повышению продолжительности и качества жизни, а также выведение специальных пород животных, создание новых высокопродуктивных сортов растений, устойчивых к болезням и вредителям. Реализация приоритетного направления «Перспективные виды вооружений, военной и специальной техники» позволит разработать «Базовые и критические военные и промышленные технологии для создания перспективных видов вооружений, военной и специальной техники».

Перечни указанных технологий формируются в соответствии с порядком, установленным постановлением Правительства Российской Федерации от 30 августа 2007 г. N 549 «Об утверждении Правил разработки и выполнения государственных программ вооружения». Реализация приоритетного направления «Рациональное природопользование» позволит повысить уровень и качество жизни населения за счет снижения риска аварий и катастроф, увеличение уровня экологической безопасности, восстановления и рационального использования ресурсов. Реализация приоритетного направления «Транспортные и космические системы» позволит повысить эффективность и безопасность использования ракетно-космической и транспортной техники (в том числе авиационной и морской), увеличить экономичность перевозок за счет снижения расхода топлива, создать новые экологичные виды транспорта; способствовать созданию инновационной продукции, не имеющей мировых аналогов, и усилению позиции России на мировых рынках. Реализация приоритетного направления «Энергоэффективность, энергосбережение, ядерная энергетика» позволит повысить экономический и оборонный потенциал страны за счет обеспечения устойчивого энергоснабжения объектов, повышения энергоэффективности, снижения энергопотерь при транспортировке, снижения загрязнения окружающей среды.

Федеральные целевые программы

Федеральные целевые программы и межгосударственные целевые программы, в осуществлении которых участвует Российская Федерация (далее - целевые программы), представляют собой увязанный по задачам, ресурсам и срокам осуществления комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение системных проблем в области государственного, экономического, экологического, социального и культурного развития Российской Федерации.

Целевые программы являются одним из важнейших средств реализации структурной политики государства, активного воздействия на его социально-экономическое развитие и должны быть сосредоточены на реализации крупномасштабных, наиболее важных для государства инвестиционных и научно-технических проектов, направленных на решение системных проблем, входящих в сферу компетенции федеральных органов исполнительной власти.

Целевая программа может включать в себя несколько подпрограмм, направленных на решение конкретных задач в рамках программы. Деление целевой программы на подпрограммы осуществляется исходя из масштабности и сложности решаемых проблем, а также необходимости рациональной организации их решения.

Целевая программа состоит из следующих разделов:

- характеристика проблемы, на решение которой направлена целевая программа;
- основные цели и задачи целевой программы с указанием сроков и этапов ее реализации, а также целевых индикаторов и показателей;
- перечень программных мероприятий;
- обоснование ресурсного обеспечения целевой программы;
- механизм реализации целевой программы, включающий в себя механизм управления программой и механизм взаимодействия государственных заказчиков;
- оценка социально-экономической и экологической эффективности целевой программы.

Целевая программа также содержит паспорт федеральной (межгосударственной) целевой программы.

К содержанию разделов целевой программы предъявляются следующие требования.

Первый раздел целевой программы должен содержать развернутую постановку проблемы, включая анализ причин ее возникновения, обоснование ее связи с национальными приоритетами социально-экономического развития, целесообразности программного решения проблемы на федеральном уровне. Раздел также должен содержать обоснование необходимости решения проблемы программно-целевым методом и анализ различных вариантов этого решения, а также описание основных рисков, связанных с программно-целевым методом решения проблемы.

Второй раздел целевой программы должен содержать развернутые формулировки целей и задач программы с указанием целевых индикаторов и показателей. Требования, предъявляемые к целям программы:

специфичность (цели должны соответствовать компетенции государственных заказчиков целевой программы);

достижимость (цели должны быть потенциально достижимы);

измеряемость (должна существовать возможность проверки достижения целей); привязка к временному графику (должны быть установлены срок достижения цели и этапы реализации целевой программы с определением соответствующих целей). Раздел должен содержать обоснование необходимости решения поставленных задач для достижения сформулированных целей программы и обоснование сроков решения задач и реализации программы с описанием основных этапов реализации и указанием прогнозируемых значений целевых индикаторов и показателей для каждого этапа, а также условия досрочного прекращения реализации целевой программы.

Третий раздел целевой программы должен содержать перечень мероприятий, которые предлагается реализовать для решения задач целевой программы и достижения поставленных целей. Кроме того должен включать также информацию о необходимых для реализации каждого мероприятия ресурсах (с указанием статей расходов и источников финансирования) и сроках. Программные мероприятия должны быть увязаны по срокам и ресурсам и обеспечивать решение задач целевой программы. Программные мероприятия должны предусматривать комплекс мер по предотвращению негативных последствий, которые могут возникнуть при их реализации. В отдельных случаях для достижения целей программы, внесения изменений в нормативные правовые акты целевая программа может содержать приложение с планом подготовки и принятия необходимых нормативных правовых актов.

В четвертом разделе целевой программы должно содержаться обоснование ресурсного обеспечения, необходимого для реализации программы, а также сроков и источников финансирования. Кроме того, раздел должен включать в себя обоснование возможности

привлечения (помимо средств федерального бюджета) внебюджетных средств и средств бюджетов субъектов Российской Федерации для реализации программных мероприятий и описание механизмов привлечения этих средств.

Основные требования к пятому разделу целевой программы изложены в разделе VII ПОСТАНОВЛЕНИЯ Правительства РФ от 25.12.2004 N 842 «О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОРЯДОК РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ И МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ, В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ КОТОРЫХ УЧАСТВУЕТ РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ».

Шестой раздел целевой программы должен содержать описание социальных, экономических и экологических последствий, которые могут возникнуть при реализации программы, общую оценку вклада целевой программы в экономическое развитие, а также оценку эффективности расходования бюджетных средств. Оценка эффективности осуществляется по годам или этапам в течение всего срока реализации целевой программы, а при необходимости и после ее реализации.

Методика оценки эффективности целевой программы разрабатывается государственными заказчиками (государственными заказчиками-координаторами) с учетом специфики программы и должна служить приложением к тексту программы.

Гранты, конкурсы в научной деятельности и их виды

В настоящее время широкое распространение получили грантовые программы, как федеральные, так и региональные. С помощью грантов оказывается необходимая поддержка проектам, которые не являются прибыльными, но играют важную роль в развитии общества, города или учебного заведения. Деятельность, не получающая полноценного финансирования со стороны государства, также может быть поддержана с помощью грантов. Например, некоммерческие организации, существующие в стране, часто опираются на гранты как на основной или даже единственный источник своего дохода (он необходим для оплаты помещения и техники, работы сотрудников).

Ежегодно фонды осуществляют грантовую поддержку различных исследований, проводят конкурсы. Деятельность фондов направлена на поддержку талантливых ученых различных возрастов, аспирантов, студентов.

В российском лексиконе слово «грант» появилось сравнительно недавно.

Гранты – денежные и иные средства, передаваемые безвозмездно и безвозвратно гражданами и юридическими лицами, в том числе иностранными гражданами и иностранными юридическими лицами, а также международными организациями, получившими право на предоставление грантов на территории Российской Федерации в установленном Правительством Российской Федерации порядке, на осуществление конкретных научных, научно-технических программ и проектов, инновационных проектов, проведение конкретных научных исследований на условиях, предусмотренных грантодателями.

Во всех без исключения развитых странах действуют многочисленные благотворительные организации и фонды, оказывающие поддержку и помощь всем, кто стремится осуществить свои планы и проекты в различных областях науки, культуры, общественной жизни, которые, так или иначе, обеспечивают прогресс общества в целом.

Благотворительные организации и фонды создаются, как правило, на средства частных лиц или крупных компаний с целью финансирования тех областей человеческой деятельности, которые определены уставами данной организации.

Сфера деятельности благотворительных организаций и фондов охватывает все стороны жизни. Фонды финансируют образование, научные проекты, программы в области медицины и здравоохранения, окружающей среды, культуры и искусства, промышленности и многое другое. Для огромного числа людей обращение в тот или иной фонд – это наиболее реальная возможность получения финансовой поддержки для осуществления своих проектов.

Прежде, чем обращаться в фонд за поддержкой проекта, следует иметь информацию об основных особенностях фондов с учетом области их приоритетов и ясно представлять, на какую форму поддержки может рассчитывать научная группа или отдельные ученые, занимающиеся поиском фадррайзеров или доноров.

В роли доноров могут выступать государственные учреждения разных стран, международные организации, частные благотворительные фонды, коммерческие структуры, религиозные, научные и другие общественные некоммерческие организации, а также частные лица. Все благотворительные фонды независимо от научного направления, которое они поддерживают, имеют следующую типологию:

Государственные доноры – это учреждения, получающие средства из бюджета своего государства. Например, Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ), Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ), Российский научный фонд (РНФ), Министерство промышленности, науки и технологий РФ (Минпромнауки), Российский фонд технологического развития (РФТР) и другие.

Это самые требовательные доноры. Их программы поддержки всегда направлены на узко определенный круг потенциальных получателей, а требования к оформлению заявок и отчетности наиболее строги. Очень часто такие доноры ориентированы исключительно на граждан своего государства и не финансируют работу иностранцев. Однако в некоторых случаях они предоставляют гранты иностранным заявителям, обычно не напрямую, а через организацию-посредника.

Доноры-посредники – это общественные организации, получающие средства от государственных доноров и распределяющие их по организациям-заявителям. Например, АЙРЕКС (IREX - International Research and Exchange Board), Фонд Евразия (Eurasia Fund), Японское общество содействия науке и другие.

Частные доноры – это фонды, частные некоммерческие организации, получающие средства от частных граждан (пожертвования), либо корпорации (коммерческие фирмы), а также частные лица. Написание заявок частным донорам иногда требует меньше усилий, так как требования к оформлению заявки менее жесткие, а отчетность сильно упрощена по сравнению с государственными донорами. Однако и некоторые частные фонды могут быть весьма требовательны. Это такие фонды, как фонд Сороса, фонд Форда, Фонд Фольксвагена и другие.

Существует несколько типов частных благотворительных фондов, но, как правило, приходится иметь дело с независимыми фондами, организуемыми частным лицом, семьей или несколькими лицами (фонд МакАртуров, фонд Рокфеллеров). Независимые фонды имеют четко определенный список приоритетных направлений и набор стандартных критериев отбора заявок, в то время как ассоциированные фонды финансируются из средств компании (коммерческой организации), с которой они ассоциированы. Например, Xerox Foundation, Apple, Hewlett-Packard и другие.

Что же означает термин «грант»?

1) В переводе с английского языка, grant – это:

а) акт дарения, официальное предоставление; дарственный акт,

- б) подарок, дар.
- 2) Денежное вознаграждение в виде:
 - а) дотации, субсидии,
 - б) стипендии,
 - в) безвозмездной ссуды.
- 3) Послабление, разрешение, скидка, согласие, уступка.

Существует большое количество различных типов грантов. Перечислим основные из них:

1. гранты общей поддержки – благотворительная помощь, оказываемая неприбыльным организациям на поддержку их основной деятельности, обеспечение устойчивости и развития.

2. гранты на программы или проекты – благотворительная помощь, предоставляемая на реализацию конкретного проекта или программы.

3. гранты с частичным финансированием – вид благотворительной помощи, предполагающий обязательное привлечение дополнительных источников финансирования (другие донорские организации или собственные средства неприбыльной организации).

4. капитальные гранты – благотворительная помощь, предоставляемая на капитальные затраты неприбыльной организации (приобретение недвижимости, ремонт, приобретение необходимого оборудования).

5. корпоративные гранты – благотворительная помощь, которая оказывается неприбыльным организациям предпринимательскими структурами; либо гранты, предполагающие софинансирование проекта бизнесом.

6. начальные гранты – благотворительная помощь, предоставляемая неприбыльным организациям на начальном этапе их развития (как правило, до 1 года) в целях обеспечения их устойчивости и институционального развития; либо гранты на создание новых организаций (новых направлений в рамках действующей организации).

7. гранты в натуральной форме – благотворительная помощь, предоставляемая в виде материальных ценностей, а не денежных средств.

8. перспективные гранты – благотворительная помощь, предоставляемая организации в размере, равном учредительному фонду организации, но выплачиваемая по частям (доля выплаты равна сумме доходов, которую получила бы организация за год, если бы учредительный взнос был сделан один раз).

9. посреднические гранты – благотворительная помощь, предоставляемая спонсором для проведения социально ориентированной политики от его имени.

10. стимулирующие гранты – благотворительная помощь, составляющая определенный процент от необходимой суммы с целью ее стимулирования к дальнейшему обращению к донорам; либо средства, выделяемые на проведение кампаний по сбору средств для некоммерческих организаций.

11. целевые гранты – благотворительная помощь, предоставляемая целевым образом для осуществления конкретной деятельности.

Из всех имеющихся в законодательстве случаев использования слова «грант» можно выделить следующие виды грантов:

1. Грант как пожертвование. Пожертвование имущества юридическому лицу может, а не должно быть обусловлено жертвователем использованием этого имущества по определенному назначению (п. 3 ст. 582 НК РФ). Этим вариантом не могут воспользоваться

многие некоммерческие организации, не перечисленные в ст. 582 НК РФ – ассоциации, союзы, некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации и др. Безвозмездную передачу имущества в собственность таким организациям следует признавать простым дарением, которое не входит в перечень целевых поступлений, не включаемых в налоговую базу по налогу на прибыль.

2. Научный грант. Как писалось выше, полное определение гранта содержится в ст. 2 Федерального закона от 23.08.96 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике». Но это определение касается только научных грантов, и оно не применимо на практике из-за отсутствия решения Правительства о получении права на предоставление грантов.

3. Благотворительный грант. Федеральный закон от 11.08.95 № 135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» дает определение благотворительных грантов как благотворительных пожертвований, носящих целевой характер и предоставляемых гражданами и юридическими лицами в денежной или натуральной формах (ст.15). Однако понятие «благотворительный грант» не применимо к коммерческим организациям, и для целей налогообложения пожертвование является самостоятельным видом целевых поступлений.

4. Государственные гранты. В российском законодательстве существует понятие государственных грантов. В ст. 17 Федерального закона от 19.05.95 № 82-ФЗ «Об общественных объединениях» и в ст. 13 Закона РФ от 19.02.93 № 4530-1 «О вынужденных переселенцах» это одна из форм государственной поддержки общественных объединений в виде целевого финансирования отдельных общественно полезных программ по их заявкам.

5. Президентские гранты. В некоторых нормативных актах слово «грант» используется как синоним стипендии. Например, гранты (стипендии) Президента РФ присуждаются талантливым журналистам в целях обеспечения их работы над общественно значимыми проектами (Указ Президента РФ от 09.01.97 № 5 «Об учреждении премии и грантов (стипендий) Президента Российской Федерации в области печатных средств массовой информации»).

6. Бюджетная субсидия. С точки зрения ст. 78 Бюджетного кодекса Российской Федерации, грант – это бюджетная субсидия, или субвенция.

Категории грантов в научной деятельности

Гранты (и программы) в научной деятельности в РФ можно условно разделить на следующие категории:

1. государственные и частные;
2. отечественные и международные;
3. персональные и коллективные.

Государственные:

а) программы федеральной целевой научно-технической программы «Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки и техники»;

б) программы Федеральных агентств;

в) гранты Президента Российской Федерации;

г) гранты Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ);

д) гранты Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ)

е) гранты Российского научного фонда (РНФ) и др.

Гранты, предоставляемые частными фондами:

- а) фонд поддержки отечественной науки (учредителями являются Р. Абрамович, О. Дерипаска и А. Мамут);
- б) программы благотворительного фонда В. Потанина и др.

Гранты могут быть как отечественными, так и международными.

Отечественные:

- а) финансируются и выполняются на территории РФ

Международные:

- а) программы немецкой службы академических обменов DAAD;
- б) международные программы РФФИ и РГНФ;
- в) гранты TEMPUS;
- г) программы Фулбрайт

Персональные и коллективные гранты

Персональные – стажировки как в России так и за рубежом (ДААД, РФФИ, Фулбрайт), поддержка участия в зарубежной конференции (РФФИ), поддержка научных исследований (гранты Президента Российской Федерации для поддержки молодых ученых – докторов наук и молодых ученых – кандидатов наук и их научных руководителей) и др..

Коллективные – поддерживаются научные исследования, выполняемые научным коллективом (гранты Президента Российской Федерации для поддержки ведущих научных школ, РФФИ, РГНФ и др.).

Грант – безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчетом об их использовании.

Примеры деятельности, оплачиваемой грантами

1. Обучение или стажировка

Предполагает обучение или стажировку в учебном заведении в стране или за рубежом. Может быть рассчитан на длительный срок — 1-3 года (в этом случае средства выдаются частями) или на короткий — недели или месяцы. Финансирование может покрывать все расходы, включая дорогу, проживание и питание (и даже предусматривать стипендию) или только частично, остальное студент должен оплатить сам.

2. Проведение исследований

Предоставляются на небольшой срок (месяцы) и предполагают работу с коллегами из других регионов, доступ к ресурсам университетов и библиотек. Как правило, выдаются аспирантам и докторам, уже работающим над исследованием или проектом и способным доказать необходимость научной работы за границей или в другом регионе.

3. Поездки

Покрывают транспортные расходы для тех, кто приглашен на конференцию, семинар или стажировку в другой стране или другом регионе.

4. Малобюджетные или кратковременные проекты

Может оплачиваться аренда помещения и аренда или покупка оборудования, расходные материалы, оплата приглашенных специалистов (ученых, инженеров, техников, переводчиков, администраторов), распространение информации о проекте (конференции, выставки, публикации), транспортные расходы и расходы на проживание и питание во время связанных с проектом поездок. Проект может быть рассчитан как на поддержку единичного мероприятия (конференции, школы, испытания технической установки или системы полевую экспедицию, опрос общественного мнения и т.п.) или на длительную поддержку исследований или системы мероприятий.

Для получения гранта заявитель пишет подробный план, с указанием расходов и сроков, а также описывает свой вклад – ту часть расходов, которые он возьмет на себя или сможет получить из других источников. Заявки проходят этап рассмотрения в организации, выделяющей грант, и, часто, конкурс между заявками разных участников. В конкурсе учитывается весомость обоснования на получение финансирования, адекватность требуемых расходов, степень подготовки участника, длительность результата и др. Грантополучатель отчитывается о расходах, предоставляя чеки, отчеты и объективные результаты (научные работы, публикации, исследования, статистику). Как правило, это важная и большая часть работы над заявкой.

Гранты сыграли большую роль в России в поддержке науки, обучении специалистов, создании сети некоммерческих организаций.

В России самыми крупными научными фондами, предоставляющими гранты под научные проекты, являются: РФФИ, РНФ, РГНФ.

Научные фонды

Российский фонд фундаментальных исследований

Российский фонд фундаментальных исследований (РФФИ) – государственная организация, поддерживающая фундаментальные исследования в области новых научных знаний о природе, человеке и обществе. РФФИ создан указом Президента Российской Федерации от 27 апреля 1992 года № 426 «О неотложных мерах по сохранению научно-технического потенциала Российской Федерации» и является самоуправляемой государственной некоммерческой организацией в форме федерального учреждения, находящегося в ведении Правительства Российской Федерации. В качестве представителя государства, Фонд обеспечивает целевую, адресную, диверсифицированную поддержку передовых групп ученых вне зависимости от того, к какому ведомству они относятся. Поддержка инициативных научно-исследовательских работ по всем основным направлениям фундаментальной науки осуществляется строго на конкурсной основе по результатам проведенной всесторонней экспертизы. Основная цель Фонда – поддержка фундаментальных научных исследований. Основная задача Фонда, в соответствии с Уставом, – это проведение конкурсного отбора лучших научных проектов из числа тех, что представлены Фонду учеными в инициативном порядке, и последующее организационно-финансовое обеспечение поддержанных проектов.

Российский фонд фундаментальных исследований поддерживает фундаментальные исследования по следующим основным областям знаний:

1. математике, механике и информатике (01);
2. физике и астрономии (02);
3. химии и наукам о материалах (03);
4. биологии и медицинской науке (04);

5. наукам о Земле (05);
6. наукам о человеке и обществе (06)
7. информационным технологиям и вычислительным системам (07);
8. фундаментальным основам инженерных наук (08).

Главные принципы работы Фонда: адресность финансирования и полная открытость. Экспертиза является важнейшим элементом деятельности РФФИ. Экспертиза имеет своей целью оценить научное качество заявки. Все решения о поддержке проектов в РФФИ принимаются исключительно по результатам экспертизы. РФФИ прилагает усилия, чтобы выйти за рамки чисто госбюджетного финансирования и обратиться к другим источникам. Среди них – зарубежные фонды, бюджеты регионов, ведомств, промышленных групп, участие в крупных международных и национальных программах. Главными задачами РФФИ при активной деятельности по развитию связей с международными и зарубежными научными организациями, и фондами являются: содействие российским ученым в выполнении исследований в рамках международного сотрудничества по всем областям фундаментальных знаний; содействие участию российских ученых в конференциях и совещаниях за рубежом; изучение и использование опыта ведущих зарубежных фондов по конкурсному финансированию исследований. Весомое место в деятельности РФФИ занимает взаимодействие с регионами страны. Фонд стремится шире привлекать ученых из регионов к участию в конкурсах и в экспертизе поступающих на конкурсы заявок. Информация о сроках и правилах проведения конкурсов публикуется в газете «ПОИСК» ежегодно в мае – июне, а также отдельными объявлениями в течение года и содержится на сайтах www.rfbr.ru или www.rffi.ru.

Российский научный фонд

Российский научный фонд (РНФ) – создан по инициативе Президента Российской Федерации в целях поддержки фундаментальных и поисковых исследований, развития научных коллективов, занимающих лидирующие позиции в определенной области науки. Полное наименование Фонда на русском языке – Российский научный фонд. Сокращенное наименование Фонда на русском языке - РНФ. Полное наименование Фонда на английском языке – Russian Science Foundation. Сокращенное наименование Фонда на английском языке - RSF.

Правовое положение, полномочия, функции, порядок управления его деятельностью и порядок формирования его имущества определяются Федеральным законом «О Российском научном фонде и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Целью деятельности Фонда является финансовая и организационная поддержка фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований, подготовки научных кадров, развития научных коллективов, занимающих лидирующие позиции в определенной области науки.

Для достижения цели своей деятельности Фонд проводит конкурсный отбор научных, научно-технических программ и проектов по нескольким направлениям. Такими направлениями, в частности, являются:

- проведение инициативных фундаментальных и поисковых исследований научными коллективами,
- отдельными научными и научно-педагогическими работниками,
- развитие научных организаций и образовательных организаций высшего образования,

- создание в научных организациях и образовательных организациях высшего образования лабораторий и кафедр мирового уровня,
- развитие экспериментальной базы для проведения научных исследований.

Деятельность Фонда направлена на достижение целей Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. No 2227-р, государственной программы Российской Федерации «Развитие науки и технологий», утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 декабря 2012 г. No 2433-р, и Программы фундаментальных научных исследований в Российской Федерации на долгосрочный период (2013-2020 годы), утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2012 г. No 2538-р.

Фонд на конкурсной основе финансирует фундаментальные и поисковые научные исследования по следующим отраслям знания:

- 01 Математика, информатика и науки о системах;
- 02 Физика и науки о космосе;
- 03 Химия и науки о материалах;
- 04 Биология и науки о жизни;
- 05 Фундаментальные исследования для медицины;
- 06 Сельскохозяйственные науки;
- 07 Науки о Земле;
- 08 Гуманитарные и социальные науки;
- 09 Инженерные науки.

Официальный сайт Российского научного фонда (РНФ): <http://rscf.ru/about>

Правовое положение РНФ: <http://rscf.ru/?q=node/17>

Объявления о проведении конкурсов РНФ: <http://rscf.ru/contests>

Классификатор РНФ: <http://rscf.ru/node/74>

Вопросы и ответы или в помощь грантозаявителю: <http://rscf.ru/faq-page>

Российский гуманитарный научный фонд

Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ) – создан постановлением Правительства Российской Федерации от 8 сентября 1994 г. № 1023 «О Российском гуманитарном научном фонде». Основной целью Фонда является поддержка гуманитарных научных исследований и распространение гуманитарных научных знаний в обществе, возрождения традиций отечественной гуманитарной науки. Деятельностью РГНФ руководит Совет Фонда. РГНФ – самоуправляемая государственная организация, средства которой формируются за счет государственных ассигнований и привлеченных средств. Фонд поддерживает научные исследования во всех областях гуманитарного знания: философии, политологии, социологии, науковедению, праву, экономике, истории, археологии, этнологии, искусствоведению, филологии, психологии, педагогике, комплексным проблемам изучения человека.

Поддержка научных проектов осуществляется на основании тщательной многоэтапной независимой научной экспертизы. Экспертная система РГНФ состоит из шести экспертных советов:

1. философии, социологии, политологии, права, науковедения
2. проблем комплексного изучения человека
3. истории, археологии и этнологии

4. экономики
5. филологии и искусствоведения
6. информационных систем и телекоммуникаций.

С 1998 г. в целях консолидации усилий центральных и региональных органов по поддержке науки проводятся региональные конкурсы. Фонд имеет уникальную базу данных по гуманитарным исследованиям в России, проводит науковедческие исследования, является учредителем журналов «Вестник Российского гуманитарного научного фонда» и «Науковедение», регулярно издает «Каталог книг, изданных при поддержке Российского гуманитарного научного фонда».

РГНФ ежегодно организует несколько видов конкурсов:

- исследовательских проектов;

Фондом поддерживаются проекты исследований по гуманитарным и общественным наукам по направлениям 01 (история; археология; этнография), 02 (экономика), 03 (философия; социология; правоведение; политология; социальная история науки и техники; науковедение), 04 (филология; искусствоведение), 06 (комплексное изучение человека; психология; педагогика; социальные проблемы медицины и экологии человека).

- издательских проектов;

Фондом поддерживаются научные издания, представляющие результаты исследований по направлениям 01, 02, 03, 04, 06.

- проектов развития научных телекоммуникаций и материально-технической базы гуманитарных научных исследований;

Фонд принимает к рассмотрению заявки на развитие научных телекоммуникаций и материально-технической базы научных исследований по направлениям 01, 02, 03, 04, 06.

- проектов организации российских и международных научных мероприятий на территории РФ;

К рассмотрению принимаются заявки на проведение на территории Российской Федерации научных мероприятий (конференций, симпозиумов, совещаний, постоянно действующих научных семинаров, круглых столов и т.д.), посвященных актуальным проблемам науки, по направлениям 01, 02, 03, 04, 06.

- проектов участия российских ученых в научных мероприятиях за рубежом;

К рассмотрению принимаются индивидуальные заявки на участие российских ученых в научных мероприятиях за рубежом по направлениям 01, 02, 03, 04, 06.

- проектов организации экспедиций, полевых, экспериментально-лабораторных исследований и научно-реставрационных работ;

Фонд осуществляет поддержку проектов организации экспедиционных, полевых, экспериментально-лабораторных исследований и научно-реставрационных работ, включая статистические обследования, моделирование социально-экономических процессов, разработку методик проведения экспериментов, научно-реставрационных работ по направлениям 01, 02, 03, 04, 06.

- проектов создания информационных систем.

Фондом поддерживаются проекты создания информационных систем (ИС) для проведения гуманитарных исследований по областям знаний 01, 02, 03, 04, 06.

Общие правила оформления заявки на грант

Заявка на грант, как правило, состоит из следующих частей:

1. Название работы

2. Краткая аннотация

3. Содержание проекта:

- Цель
- Современное состояние исследований по этой проблеме, имеющийся у коллектива научный задел
- Предлагаемые методы и подходы
- Уже имеющиеся публикации по представленной теме
- Имеющиеся ресурсы

Некоторые общие рекомендации при оформлении заявки

1. Уберите из заявки все, что не относится непосредственно к делу. Чем меньше второстепенного, тем меньше вероятность допустить ошибку или столкнуться с несогласием.

2. Если это не противоречит условиям конкурса — разделите документ на секции и подсекции, а каждому положению отведите отдельный параграф.

3. Обычно в первом предложении должна содержаться главная, затем дополнительная информация.

4. Старайтесь использовать короткие абзацы. Короткие абзацы, разделенные пустыми строками, делают текст легко читаемым. Страницы со сплошным текстом могут вызвать у рецензента депрессию.

5. Используйте предложения с простой структурой. Каждое предложение должно содержать не более 20 слов.

6. Старайтесь использовать активные, а не пассивные глаголы, т.е., не «будет сделано», а «мы делаем».

7. Вставляйте графики и рисунки. Они помогут быстро и легко воспринять информацию. Кроме того, рисунки нарушат монотонность сотен страниц заявок, которые приходится рассматривать грантодателю.

8. Ваша заявка должна быть внешне привлекательной, т.е. написана на хорошей бумаге, четким и не очень мелким шрифтом (не менее 12 пт), с достаточно большими полями и интервалами между строками и пустыми строками между абзацами.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. В естественных науках одним из главных приемов исследования является: ...
2. Одним из главных приемов исследования в общественных науках является: ...
3. Наиболее древними классификации наук считаются классификации:
4. Психология знает три главных формы интеллектуальной деятельности: ...
5. Какие уровни различаются в науке: ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методология как учение о методах исследования	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Классификация методов научного исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

Текст лекции.

Методология как учение о методах исследования

Методология (в ее широком понимании) – это учение о структуре, логической организации, методах и средствах деятельности. Методология исследования – совокупность целей, подходов, ориентиров, приоритетов, средств и методов исследования. Методология в науке – это учение о принципах построения, формах и способах научного познания.

Методы исследования – способы, приемы проведения исследования, способы достижения позитивных результатов при исследовании проблем и явлений. Методы исследования – способы сбора, обработки и анализа данных.

Методика исследований – это совокупность подходов, способов и приемов проведения научных исследований. Она отвечает на вопрос: как и каким образом проводить исследование.

Методика исследований определяет: оборудование, приборы, количество опытов (повторностей), план работы, затраты времени и средств.

Проблема метода научного исследования является фундаментальной, она непосредственно связана с основными теоретическими и прикладными аспектами науки. Подчеркивая важность метода, К. Маркс отмечал: «Не только результат исследования, но и ведущий к нему путь должен быть истинным». Создание эффективного метода исследования

по своему значению не уступает разработке новой теории. Как справедливо отмечал К. А. Тимирязев, «изучающему приходится убеждаться в том, что изобретение или правильное последовательное применение нового приема исследования, нового инструмента играет иногда не менее важную роль в развитии знаний, чем даже новая идея, новая теория».

Традиционно метод определяют как систему регулятивных принципов и правил деятельности, которыми руководствуется субъект при исследовании некоторого объекта, как применение логических законов и категорий для изучения действительности, как систему научно разработанных правил, приемов познания, основывающихся на изучении объективной действительности и призванных освещать путь исследования и т. п. Считается, что метод состоит из ряда открытых в прошлом как умственных, так и физических операций; представляет определенную последовательность действий, приемов и операций, выполнение которых необходимо для достижения заранее поставленной цели.

Иногда под методом подразумевают такой компонент науки, который связан с действиями ученого, его планами решения той или иной познавательной задачи. Сюда входят разнообразные эмпирические и теоретические процедуры и приемы, систематическое применение которых приводит к поставленной цели. Встречаются отождествления метода и способа исследования. Так, например, Т. Котарбинский утверждает, что «метод есть не что иное, как осознанный и пригодный для повторных применений способ». В других же исследованиях подчеркивается, что метод является полифункциональным образованием и что «тенденция одно из проявлений метода (одну из его функций) выдавать за метод вообще, вводя эту особенность метода в его определение, не является оправданной, но нет и необходимости сводить воедино все определения метода, так как это будет неправомерным смешением различных подходов и аспектов его анализа»

Классификация методов научного исследования

Все методы научного исследования подразделяются на общенаучные методы и конкретно-научные (специальные) методы.

Общенаучные методы исследования

В структуре общенаучных методов чаще всего выделяют три группы:

- общелогические методы и приемы исследования,
- методы теоретического познания,
- методы эмпирического исследования.

Деление это весьма условное. В качестве самостоятельного можно выделить метод моделирования, имеющий собственную специфику. Кроме того, от общелогических, теоретических и эмпирических методов отличают интерпретационные методы, в частности методы представления и обработки данных.

При проведении теоретического исследования ученый имеет дело не с самой реальностью, а с ее мысленной репрезентацией – представлением в форме умственных образов, формул, пространственно-динамических моделей, схем, описаний в естественном языке и т. д. Теоретическая работа совершается «в уме». В теоретическом исследовании проводится «мысленный эксперимент», когда идеализированный объект исследования (точнее – умственный образ) ставится в различные условия (также мысленные), после чего, на основе логических рассуждений, анализируется его возможное поведение

Эмпирическое исследование проводится для проверки правильности теоретических построений; ученый взаимодействует с самим объектом, а не с его знаково-символическим или пространственно-образным аналогом. Обработывая и интерпретируя данные эмпирического исследования, экспериментатор так же, как и теоретик, работает с графиками, таблицами, формулами, но взаимодействие с ними протекает в основном «во внешнем плане действия»: рисуются схемы, с помощью компьютера делаются расчеты и пр.

Общелогические методы

Общелогическими методами являются анализ, синтез, идеализация, индукция, дедукция.

Анализ – расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения) с целью их всестороннего изучения, то есть реальное или мысленное разделение объекта на составные части и синтез – их объединение в единое органическое целое, а не в механический агрегат. Метод анализа используется как в реальной, так и в мыслительной деятельности. Результат синтеза – совершенно новое образование. Применяя эти приемы исследования, следует иметь в виду, что, во-первых, анализ не должен упускать качество предметов. В каждой области знания есть свой предел членения объекта, за которым мы переходим в иной мир свойств и закономерностей. Во-вторых, разновидностью анализа является также разделение классов (множеств) предметов на подклассы - их классификация и периодизация. В-третьих, анализ и синтез диалектически взаимосвязаны. Но некоторые виды научной деятельности являются по преимуществу аналитическими (например, аналитическая химия) или синтетическими (например, синергетика). Данный метод является наиболее популярным для дипломных работ. Он лежит в основе аналитического метода исследования. Так может использоваться: сравнительно-правовой анализ, статистический анализ (динамика рассматриваемого явления за определенный период) и т.д.

Существует несколько видов анализа как метода научного познания.

□ Один из них – мысленное разделение целого на части. Такой анализ, выявляющий строение (структуру) целого, предполагает не только фиксацию частей, из которых состоит целое, но и установление отношений между частями. Примером такого анализа служит системно-структурный анализ. При этом особое значение имеет случай, когда анализируемый объект рассматривается как представитель некоторого класса предметов: здесь анализ служит установлению одинаковой (с точки зрения некоторых отношений) структуры предметов класса, что позволяет с помощью вывода по аналогии переносить знание, полученное при изучении одних психолого-педагогических объектов, на другие. Так, некоторые свойства ситуации обучения могут быть распространены на воспитывающие ситуации.

□ Возможен также анализ общих свойств предметов и отношений между предметами, когда свойство или отношение разделяют на его составляющие, которые поэтапно подвергаются дальнейшему анализу. Анализу может подвергнуться то, от чего ранее отвлеклись, и т.д. В результате анализа общих свойств и отношений понятия о них сводятся к более частным и простым. Таким образом формулируются, например, определения педагогических и психологических понятий.

□ В науке используется также логический анализ. Логический анализ – это уточнение логической формы (строения, структуры) рассуждения, осуществляемое средствами современной логики. Такое уточнение может касаться как рассуждений (логических выводов, доказательств, умозаключений и т.п.) и их составных частей (понятий, терминов, предложений), так и отдельных областей знания. Этот вид анализа чаще всего применяется в той части психолого-педагогического исследования, где выявляются возможности какой-либо концепции в решении задач исследования и характеризуется степень разработанности выбранной для изучения психолого-педагогической проблемы.

Разновидностями анализа являются классификация и периодизация.

Классификация – метод научного исследования и обобщения, суть которого заключается в том, что изучаемые объекты, явления или процессы упорядочиваются в определенные группы (классы) на основе каких-либо избранных признаков.

Синтез – соединение ранее выделенных частей (сторон, признаков, свойств или отношений) предмета в единое целое через познание системы взаимодействия внутренних частей как целого. Однако это не просто их соединение, но и познание нового – взаимодействия частей как целого. Результатом синтеза является совершенно новое образование, свойства которого не есть только внешнее соединение свойств компонентов, но также и результат их внутренней взаимосвязи и взаимозависимости.

Синтез как метод научного исследования имеет множество различных форм:

Во-первых, на единстве процессов анализа и синтеза основан процесс образования понятий.

Во-вторых, в теоретическом научном знании синтез выступает в форме взаимосвязи теорий и концепций, являясь основой интеграции в психолого-педагогическом исследовании знания из разных научных дисциплин. Часто эти теории оказываются противоположными в определенных аспектах; корректное применение метода синтеза позволяет снять эти противоречия. Так, религиозная и светская образовательные парадигмы имеют много различий. Однако синтез знаний о духовном становлении человека, о способах приобретения им духовного опыта, заключенных в той и другой парадигмах, позволяет создать целостную теорию духовно-нравственного воспитания.

В-третьих, синтез применяется при теоретическом обобщении накопленных в ходе психолого-педагогического исследования эмпирических данных. На этом этапе исследования из разрозненных данных, полученных в результате использования эмпирических методов, необходимо составить единую картину, дающую целостное представление о том или ином объекте, явлении, процессе. В этом аспекте синтез выступает как средство выявления причинно-следственных связей, педагогических принципов как оснований деятельности педагога и пр.

В-четвертых, синтез может рассматриваться как метод восхождения от абстрактного к конкретному: получаемое в результате проведенного исследования конкретное знание об образовательном феномене – это результат синтеза, объединения его многообразных абстрактных определений, полученных в результате анализа. Такое объединение не является механическим. Здесь важна не простая сумма частей, а смысловые связи между ними. Поскольку всякое целостное знание представляет собой систему, то при синтезировании отдельных аспектов рассмотрения предмета возникает феномен, наделенный принципиально иными смыслами и обладающий новыми по сравнению с составляющими его частями качествами.

Идеализация – мыслительная процедура, связанная с образованием абстрактных (идеализированных) объектов, принципиально не осуществимых в действительности («точка», «идеальный газ», «абсолютно черное тело» и т.п.). Данные объекты не есть «чистые фикции», а весьма сложное и очень опосредованное выражение реальных процессов. Они представляют собой некоторые предельные случаи последних, служат средством их анализа и построения теоретических представлений о них. Идеализированный объект в конечном счете выступает как отражение реальных предметов и процессов. Образовав с помощью идеализации о такого рода объектах теоретические конструкты, можно в дальнейшем оперировать с ними в рассуждениях как с реально существующей вещью и строить абстрактные схемы реальных процессов, служащие для более глубокого их понимания. Теоретические утверждения, как правило, непосредственно относятся не к реальным, а к идеализированным объектам, познавательная деятельность с которыми позволяет устанавливать существенные связи и закономерности, недоступные при изучении реальных объектов, взятых во всем многообразии их эмпирических свойств и отношений.

Под идеализацией понимается мысленное конструирование «идеализированной» ситуации (объекта, явления), которой приписываются свойства или отношения, возможные только в «предельном» случае.

Идеализированные объекты гораздо проще реальных объектов, к ним применимы математические методы описания. Благодаря идеализации процессы рассматриваются в их наиболее чистом виде, без случайных привнесений извне, что открывает пути к выявлению законов, по которым эти процессы протекают.

Процесс идеализации можно проиллюстрировать на таком примере. Допустим, что некто, идущий по горизонтальной дороге с багажной тележкой, внезапно перестает ее толкать. Тележка будет двигаться еще некоторое время, пройдя небольшое расстояние, а затем остановится. Существует ряд способов удлинения пути, проходимого тележкой после толкания, например, смазка колес, устройство более гладкой дороги и т. п. Чем легче

вращаются колеса и чем ровнее дорога, тем дальше будет двигаться тележка. Смазка колес и сглаживание неровностей пути приводят к уменьшению внешних воздействий на движущееся тело. Экспериментально устанавливается, что чем меньше внешние воздействия на движущееся тело, тем длиннее путь, проходимый этим телом. Иначе говоря, обнаруживается обратная пропорциональная зависимость между внешними воздействиями на движущееся тело и путем, проходимым этим телом. Мы можем находить все новые и новые способы уменьшения внешних воздействий на движущееся тело и, соответственно, все новые способы удлинения пути, проходимого движущимся телом. Однако все внешние воздействия устранить невозможно. Выявленная же нами закономерность (зависимость между внешними воздействиями на движущееся тело и длиной пути, проходимого этим телом) дает нам возможность сделать решающий шаг – признать, что если совсем устранить внешние воздействия на движущееся тело, то оно будет двигаться бесконечно и при этом равномерно и прямолинейно. Такой вывод и был сделан в свое время Галилеем и наиболее четко сформулирован позже Ньютоном в виде закона инерции: всякое тело сохраняет состояние покоя или равномерного прямолинейного движения, если только оно не вынуждено изменять его под влиянием действующих сил.

Таким образом, то, что не могло быть достигнуто непосредственно экспериментальным путем, достигается посредством мышления, процесса идеализации.

Процесс идеализации можно разбить на следующие этапы:

1. Изменяя условия, в которых находится изучаемый объект, мы уменьшаем их воздействие (иногда увеличиваем).
2. При этом обнаруживаем, что какие-то свойства изучаемого объекта также единообразно изменяются.
3. Предполагая, что воздействие условий на изучаемый предмет уменьшается бесконечно, мы совершаем мысленный переход к предельному случаю и тем самым к некоторому идеализированному предмету.

Дедукция – восхождение процесса познания от общего к единичному. Это способ получения знаний о предметах и явлениях на основании того, что они имеют сходство с другими, рассуждение, в котором из сходства изучаемых объектов в некоторых признаках делается заключение об их сходстве и в других признаках. Посредством дедуктивных умозаключений «выводят» определенную мысль из других мыслей.

Дедуктивным называется умозаключение, в котором вывод о свойствах объекта и о нем самом делается на основании знания общих свойств и характеристик всего множества. Роль дедукции в современном научном познании и знании резко возросла. Это связано с тем, что современная наука и инженерная практика сталкиваются с объектами, недоступными обычному чувственному восприятию (микромир, Вселенная, прошлое человечества, его будущее, очень сложные системы разного рода и т. п.), поэтому все чаще приходится обращаться к мыслям, нежели к наблюдениям и экспериментам.

Индукция – метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок. Движение мысли от единичного (опыта, фактов) к общему (их обобщению в выводах). Необходимо исследовать отдельные предметы, найти в них общие существенные признаки, которые послужат основой знания об общем признаке, присущем данному классу предметов.

Обоснование индукции как метода связано с именем Аристотеля. Для Аристотеля была характерна так называемая интуитивная индукция. Это одно из первых представлений об индукции среди многих её формулировок. Индукция – это исследование объекта построением доводов от частного к общему.

Интуитивная индукция – это мыслительный процесс, посредством которого из некоторого множества случаев выделяется общее свойство или отношение и отождествляется с каждым отдельным случаем.

Многочисленные примеры подобного рода индукции, применяемой как в обыденной жизни, так и в научной практике, математике приведены в книге известного математика Д.

Пойа. Например, наблюдая некоторые числа и их комбинации, можно натолкнуться на соотношения

$3+7=10$, $3+17=20$, $13+17=30$ и т. д.

Здесь обнаруживается сходство в получении числа, кратного десяти.

Или другой пример: $6=3+3$, $8=3+5$, $10=3+7=5+5$, $12=5+7$ и т. д.

Очевидно, что мы сталкиваемся с фактом, что сумма нечетных простых чисел есть всегда четное число.

Как создатель традиционной логики Аристотель называет индукцией и другую процедуру, а именно: установления общего предложения путем перечисления в форме единичных предложений всех случаев, которые подводимы под него. Если мы смогли перечислить все случаи, а это имеет место, когда число случаев ограничено, то мы имеем дело с полной индукцией. В данном случае у Аристотеля процедура выведения общего предложения фактически является случаем дедуктивного вывода.

Когда же число случаев не ограничено, т.е. практически бесконечно, мы имеем дело с неполной индукцией. Она представляет собой эмпирическую процедуру и является индукцией в собственном смысле слова. Это процедура установления общего предложения на основании нескольких отдельных случаев, в которых наблюдалось определенное свойство, характерное для всех возможных случаев, сходных с наблюдаемым, называется индукцией через простое перечисление. Это и есть популярная или традиционная индукция.

Индукция и дедукция это противоположные, взаимно дополняющие ходы мысли. Поскольку опыт всегда бесконечен и неполон, то индуктивные выводы всегда имеют проблематичный (вероятностный) характер. Индуктивные обобщения обычно рассматривают как опытные истины (эмпирические законы). Из видов индуктивных обобщений выделяют индукцию популярную, неполную, полную, научную и математическую. В логике рассматриваются также индуктивные методы установления причинных связей - каноны индукции (правила индуктивного исследования Бэкона-Милля). К ним относятся методы: единственного сходства, единственного различия, сходства и различия, сопутствующих изменений и метод остатков. Характерная особенность дедукции заключается в том, что от истинных посылок она всегда ведет к истинному, достоверному заключению, а не к вероятностному (проблематичному). Дедуктивные умозаключения позволяют из уже имеющегося знания получать новые истины, и притом с помощью чистого рассуждения, без обращения к опыту, интуиции, здравому смыслу и т.п.

Говоря о методе дедукции, следует обратиться к представлению о методе Рене Декарта.

Представление о методе Рене Декарта. Свои представления о методе Р. Декарт изложил в работе «Рассуждение о методе», «Правила для руководства ума». Им предлагаются четыре правила.

Первое правило. Принимать за истинное все то, что воспринимается ясно и отчетливо и не дает повода к какому-либо сомнению, т.е. вполне самоочевидно. Это указание на интуицию как исходный элемент познания и рационалистический критерий истины. Декарт верил в безошибочность действия самой интуиции. Ошибки, по его мнению, проистекают от свободной воли человека, способной вызвать произвол и путаницу в мыслях, но никак от интуиции разума. Последняя свободна от какого бы то ни было субъективизма, потому что отчетливо (непосредственно) осознает то, что отчетливо (просто) в самом познаваемом предмете.

Интуиция есть осознание «всплывших» в разуме истин и их соотношений, и в этом смысле – высший вид интеллектуального познания. Она тождественна первичным истинам, называемым Декартом врожденными. В качестве критерия истины интуиция есть состояние умственной самоочевидности. С этих самоочевидных истин начинается процесс дедукции.

Второе правило. Делить каждую сложную вещь на более простые составляющие, не поддающиеся дальнейшему делению умом на части. В ходе деления желательно дойти до самых простых, ясных и самоочевидных вещей, т.е. до того, что непосредственно дается интуицией. Иначе говоря, такой анализ имеет целью открыть исходные элементы знания.

Здесь надо отметить, что анализ, о котором говорит Декарт, не совпадает с анализом, о котором говорил Бэкон. Бэкон предлагал разлагать предметы вещественного мира на «натуры» и «формы», а Декарт обращает внимание на разделение проблем на частные вопросы.

Второе правило метода Декарта вело к двум, одинаково важным для научно-исследовательской практики XVIII века, результатам:

1) в итоге анализа исследователь располагает объектами, которые поддаются уже эмпирическому рассмотрению;

2) философ-теоретик выявляет всеобщие и потому наиболее простые аксиомы знания о действительности, которые могут уже послужить началом дедуктивного познавательного движения.

Таким образом, декартов анализ предшествует дедукции как подготавливающий ее этап, но от нее отличный. Анализ здесь сближается с понятием «индукция».

Выявляемые анализирующей индукцией Декарта исходные аксиомы оказываются по своему содержанию уже не только прежде неосознававшимися элементарными интуициями, но и искомыми, предельно общими характеристиками вещей, которые в элементарных интуициях являются «соучастниками» знания, но в чистом виде выделены ещё не были.

Третье правило. В познании мыслью следует идти от простейших, т.е. элементарных и наиболее для нас доступных вещей к вещам более сложным и, соответственно, трудным для понимания. Здесь дедукция выражается в выведении общих положений из других и конструировании одних вещей из других.

Обнаружение истин соответствует дедукции, оперирующей затем ими для выведения истин производных, а выявление элементарных вещей служит началом последующего конструирования вещей сложных, а найденная истина переходит к истине следующей ещё неизвестной. Поэтому собственно мыслительная дедукция Декарта приобретает конструктивные черты, свойственные в зародыше так называемой математической индукции. Последнюю он и превосходит, оказываясь здесь предшественником Лейбница.

Четвертое правило. Оно состоит в эnumerации, что предполагает осуществлять полные перечисления, обзоры, не упуская ничего из внимания. В самом общем смысле это правило ориентирует на достижение полноты знания. Оно предполагает,

во-первых, создание как можно более полной классификации;

во-вторых, приближение к максимальной полноте рассмотрения приводит надежность (убедительность) к очевидности, т.е. индукцию – к дедукции и далее к интуиции. Сейчас уже признано, что полная индукция есть частный случай дедукции;

в-третьих, эnumerация есть требование полноты, т.е. точности и корректности самой дедукции. Дедуктивное рассуждение рушится, если в ходе его перескакивают через промежуточные положения, которые ещё надо вывести или доказать.

Методы теоретического познания

К методам теоретического уровня причисляют аксиоматический, гипотетический, формализацию, абстрагирование, обобщение, восхождение от абстрактного к конкретному, исторический, метод системного анализа.

Аксиоматический метод – способ исследования, который состоит в том, что некоторые утверждения (аксиомы, постулаты) принимаются без доказательств и затем по определенным логическим правилам из них выводятся остальные знания. Этот способ построения научной теории, при котором в ее основу кладутся некоторые исходные положения – аксиомы (постулаты), из которых все остальные утверждения этой теории выводятся из них чисто логическим путем, посредством доказательства. Аксиома (греч. *axioma* – отправное, исходное положение) – положение, принимаемое без логического доказательства в силу непосредственной утвержденности, исходное положение теории. Для вывода теорем из аксиом (и вообще одних формул из других) формулируются специальные правила вывода. Следовательно, доказательство в аксиоматическом методе – это некоторая

последовательность формул, каждая из которых есть либо аксиома, либо получается из предыдущих формул по какому-либо правилу вывода. Аксиоматический метод – лишь один из методов построения уже добытого научного знания. Он имеет ограниченное применение, поскольку требует высокого уровня развития аксиоматизированной содержательной теории. Известный французский физик Луи де Бройль обращал внимание на то, что «аксиоматический метод может быть хорошим методом классификации или преподавания, но он не является методом открытия».

Аксиоматический метод широко применялся еще в глубокой древности. Элементы аксиоматики встречались в трудах Платона, Аристотеля, Гиппократов. По мере развития науки этот метод проник в самые разные области знания. Примерами аксиоматически построенных систем знания могут служить и теория электромагнитного поля Д.К. Максвелла, и эйнштейновская теория относительности, и целый ряд других научных теорий.

Основания для применения аксиоматического метода могут быть разными, что обычно приводит к различению аксиом не только по их формулировкам, но и по их методологическим (прагматическим) статусам. Например, аксиома может иметь статус утверждения, или статус предположения, или статус лингвистического соглашения о желаемом употреблении терминов. Иногда это различие в статусах отражается в названиях аксиом (в современных аксиоматиках для эмпирических теорий среди всех аксиом выделяют часто так называемые постулаты значения, выражающие лингвистические соглашения, а античные математики делили геометрические аксиомы на общие понятия и постулаты, полагая, что первые описывают, вторые строят). Следует отметить, что учет статусов аксиом обязателен, так как можно, например, изменить содержание аксиоматической теории, не изменив при этом ни формулировку, ни семантику аксиом, а поменяв лишь их статус, объявив, например, одну из них новым постулатом значения.

Наиболее широко аксиоматический метод используется в математике. Он применяется и в эмпирических науках, но с учётом ряда особенностей. В основном сфера применения аксиоматического метода ограничена теми науками, в которых понятия имеют стабильность, достаточную для применения к ним чётких предписаний формальной логики, а наибольшая эффективность метода проявляется лишь тогда, когда надлежит разобраться только в отношениях между понятиями. В противном случае самая ответственная часть решения задачи выпадает на долю экспериментов и наблюдений, рассуждения же играют уже подчинённую роль. По этой причине попытки применения аксиоматического метода в философии (которая по самому существу занимается неформализованным анализом понятий, при этом не рассматриваемых как стабильные), а также в науках, тесно связанных с наблюдениями, большого успеха не имели.

Гипотетический (или гипотетико-дедуктивный) метод – способ исследования с использованием научной гипотезы, т.е. предположения о причине, которая вызывает данное следствие, или о существовании некоторого явления или предмета. Это метод научного познания, сущность которого заключается в создании системы дедуктивно связанных между собой гипотез, из которых в конечном счете выводятся утверждения об эмпирических фактах. Тем самым этот метод основан на выведении (дедукции) заключений из гипотез и других посылок, истинностное значение которых неизвестно. А это значит, что заключение, полученное на основе данного метода, неизбежно будет иметь вероятностный характер.

Общая структура гипотетико-дедуктивного метода:

а) ознакомление с фактическим материалом, требующим теоретического объяснения и попытка такового с помощью уже существующих теорий и законов. Если нет, то:

б) выдвижение догадки (гипотезы, предположения) о причинах и закономерностях данных явлений с помощью разнообразных логических приемов;

в) оценка основательности и серьезности предположений и отбор из множества из них наиболее вероятного;

г) выведение из гипотезы (обычно дедуктивным путем) следствий с уточнением ее содержания;

д) экспериментальная проверка выведенных из гипотезы следствий.

Тут гипотеза или получает экспериментальное подтверждение, или опровергается. Однако подтверждение отдельных следствий не гарантирует ее истинности (или ложности) в целом. Лучшая по результатам проверки гипотеза переходит в теорию.

Разновидностью гипотетико-дедуктивного метода можно считать математическую гипотезу, где в качестве гипотез выступают некоторые уравнения, предоставляющие модификацию ранее известных и проверенных состояний. Изменяя последние, составляют новое уравнение, выражающее гипотезу, которая относится к новым явлениям. Гипотетико-дедуктивный метод (как и аксиоматический) является не столько методом открытия, сколько способом построения и обоснования научного знания, поскольку он показывает каким именно путем можно прийти к новой гипотезе.

Формализация – отображение явления или предмета в знаковой форме какого-либо искусственного языка (например, логики, математики, химии) и изучение этого явления или предмета путем операций с соответствующими знаками. Последний создается для точного выражения мыслей с целью исключения возможности для неоднозначного понимания. При формализации рассуждения об объектах переносятся в плоскость оперирования со знаками (формулами), что связано с построением искусственных языков (язык математики, логики, химии и т.п.). Именно использование специальной символики позволяет устранить многозначность слов обычного, естественного языка. В формализованных рассуждениях каждый символ строго однозначен. Формализация служит основой для процессов алгоритмизации и программирования вычислительных устройств, а тем самым и компьютеризации не только научно-технического, но и других форм знания. Главное в процессе формализации состоит в том, что над формулами искусственных языков можно производить операции, получать из них новые формулы и соотношения. Тем самым операции с мыслями о предметах заменяются действиями со знаками и символами. Формализация, таким образом, есть обобщение форм различных по содержанию процессов, абстрагирование этих форм от их содержания. Она уточняет содержание путем выявления его формы и может осуществляться с различной степенью полноты. Но, как показал австрийский логик и математик XX в. К. Гедель, в содержательной теории всегда остается невыявленный неформализуемый остаток. Все более углубляющаяся формализация содержания знания никогда не достигает абсолютной полноты, ибо никогда не прекращается развитие (изменение) предмета познания и знаний о нем. Это означает, что формализация внутренне ограничена в своих возможностях. Доказано, что всеобщего метода, позволяющего любое рассуждение заменить вычислением («сосчитаем!» - мечтал Лейбниц), не существует. Теоремы Геделя дали достаточно строгое обоснование принципиальной невозможности полной формализации научных рассуждений и научного знания в целом. Формализация является основой для алгоритмизации и программирования, без которых не может обойтись компьютеризация знаний и процесса исследования.

Восхождение от абстрактного к конкретному – метод теоретического исследования и изложения, состоящий в движении научной мысли от исходной абстракции («начало» - одностороннее, неполное знание) через последовательные этапы углубления и расширения познания к результату - целостному воспроизведению в теории исследуемого предмета. В качестве своей предпосылки данный метод включает в себя восхождение от чувственно-конкретного к абстрактному, к выделению в мышлении отдельных сторон предмета и их «закреплению» в соответствующих абстрактных определениях. Движение познания от чувственно-конкретного к абстрактному - это и есть движение от единичного к общему, здесь преобладают такие логические приемы, как анализ и индукция. Восхождение от абстрактного к мысленно-конкретному - это процесс движения от отдельных общих абстракций к их единству, конкретно-всеобщему, здесь господствуют приемы синтеза и дедукции. Такое движение познания - не какая-то формальная, техническая процедура, а диалектически противоречивое движение, отражающее противоречивое развитие самого предмета, его

переход от одного уровня к другому в соответствии с разворачиванием его внутренних противоречий.

Абстрагирование – мысленное отвлечение от некоторых свойств и отношений изучаемого предмета и выделение интересующих исследователя свойств и отношений изучаемого явления с одновременным выделением интересующих исследователя свойств (прежде всего существенных, общих). В результате этого процесса получают различного рода «абстрактные предметы», которыми являются как отдельно взятые понятия и категории («белизна», «развитие», «противоречие», «мышление» и др.), так и их системы. Наиболее развитыми из них являются математика, логика, диалектика, философия. Выяснение того, какие из рассматриваемых свойств являются существенными, а какие второстепенными – главный вопрос абстрагирования. Этот вопрос в каждом конкретном случае решается прежде всего в зависимости от природы изучаемого предмета, а также от конкретных задач исследования. Результатом процесса абстрагирования будут абстракции – понятия естественного языка и понятия науки.

При использовании метода восхождения от абстрактного к конкретному мышление усваивает конкретное знание, а затем воспроизводит его. Отход от абстракции оказывается необходимым для получения не поверхностного, а глубокого и всестороннего знания о конкретном виде туризма. Суть этого метода заключается в том, что на основе абстрактного знания об элементах и сторонах определенного вида туризма создается полное и всестороннее представление о нем, его месте в туризме и связи с другими видами туризма, о его закономерной деятельности и итогах. Результатом использования этого метода является конкретное знание, обогащенное знанием всех основных элементов целого и их существенных связей.

Методы абстрагирования и восхождения от абстрактного к конкретному носят универсальный характер и являются обязательным для любого процесса научного исследования в туризме.

Целевая характеристика абстрагирования может быть различной, но всегда связана с указанием на те или иные познавательные задачи и с включением её в более широкий контекст познавательной деятельности.

Классификация типов абстракций:

1. изолирующая абстракция соответствует цели вычленения и чёткой фиксации исследуемого явления;
2. обобщающая абстракция соответствует цели получения общей картины явления;
3. идеализация соответствует цели замещения реальной, эмпирически данной ситуации идеализированной схемой для упрощения изучаемой ситуации и более эффективного использования существующих методов и средств исследования.

Реализация процесса абстрагирования включает два типа операций:

1. оценка возможности и целесообразности замещения;
2. акт замещения.

Продуктами процесса абстрагирования являются соответствующим образом преобразованные представления об исследуемом объекте или явлении. Обоснование абстракции осуществляется как с точки зрения её правомерности (это достигается установлением несущественности отдельных явления), так и с точки зрения её целесообразности (которая определяется поставленной задачей).

Обобщение – установление общих свойств и отношений предметов и явлений, определение общего понятия, в котором отражены существенные, основные признаки предметов или явлений данного класса. Обобщение тесно связано с абстрагированием. При том могут быть выделены любые признаки (абстрактно-общее) или существенные (конкретно-общее, закон). Этот метод опирается на философские категории общего, особенного и единичного.

Исторический метод – выявление исторических фактов и на это основе мысленное воссоздание исторического процесса, при котором раскрывается логика его движения. Он

предполагает изучение возникновения и развития объектов исследования в хронологической последовательности.

Системный метод заключается в исследовании системы (т.е. определенной совокупности материальных или идеальных объектов), связей, ее компонентов и их связей с внешней средой. При этом выясняется, что эти взаимосвязи и взаимодействия приводят к возникновению новых свойств системы, которые отсутствуют у составляющих ее объектов. При анализе явлений и процессов в сложных системах рассматривают большое количество факторов (признаков), среди которых важно уметь выделить главное и исключить второстепенное.

Эмпирические методы исследования

К методам эмпирического уровня относятся наблюдение, описание, счет, измерение, сравнение, эксперимент и моделирование.

Наблюдение – целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств. В зависимости от положения исследователя по отношению к объекту изучения, различают простое и включенное наблюдение. Первое заключается в наблюдении со стороны, где исследователь не является участником деятельности наблюдаемых. Второе характеризуется тем, что исследователь открыто или инкогнито включается в группу и ее деятельность в качестве участника.

Под наблюдением понимается систематическое и целенаправленное восприятие интересующего нас объекта: вещи, явления, свойства, состояния чего-либо. Это наиболее простой метод, выступающий, как правило, в составе других эмпирических методов, хотя в ряде наук также и самостоятельно или в роли главного, как в наблюдении погоды, в наблюдательной астрономии и т. п. Изобретение телескопа позволило человеку распространить наблюдение на ранее недоступную область мегамира, создание микроскопа ознаменовало вторжение в микромир. Рентгеновский аппарат, радиолокатор, генератор ультразвука и много других технических средств наблюдения привели к невиданному росту научной и практической ценности этого метода исследования. Существуют также способы и методики самонаблюдения и самоконтроля в психологии, медицине, физкультуре и спорте. Само понятие наблюдения в теории познания обобщенно выступает в форме понятия созерцания, оно связано с категориями деятельности и активности субъекта.

Одним из основных требований к наблюдению как методу является целенаправленность, предполагающая наличие четкой целевой установки, в соответствии с которой наблюдатель и дифференцирует определенные факты поведения наблюдаемых.

Наличие цели предполагает, что, изучая личность или какое-либо педагогическое явление, мы не можем наблюдать за их проявлениями вообще, что более характерно для обыденного наблюдения. Наблюдение должно носить избирательный, или выборочный, характер. Причем отбор фактов осуществляется не стихийно, а в соответствии с конкретной целью в конкретных ситуациях и в процессе конкретных видов деятельности. Выбор цели наблюдения также не случаен. Он определяется как конечной целью самого исследования, так и теоретическими представлениями наблюдателя об изучаемом явлении. Именно в соответствии с теоретическими воззрениями и происходит отбор фактов, в которых может проявиться изучаемое явление. Это придает наблюдению объективный характер. Теоретические представления о сущности, особенностях проявления, закономерностях функционирования и развития наблюдаемых свойств или явлений позволяют определить план наблюдения: наметить задачи наблюдения (что наблюдать), показатели, признаки, конкретные акты поведения или протекания процесса (что фиксировать), ситуации и виды деятельности (когда наблюдать), средства и способы наблюдения (как наблюдать). План обычно фиксируется в виде схемы, которая может иметь различный характер в зависимости от целей и предмета наблюдения.

Не менее важным требованием является систематичность наблюдения, которая предполагает, что наблюдение должно быть не разовым, не от случая к случаю, а проводиться неоднократно в соответствии с планом, регулярно либо через определенные промежутки времени. Наблюдение в повторяющихся и изменяющихся условиях позволит определить, чем объясняются наблюдаемые изменения изучаемого явления: не поддающимися учету изменениями в условиях изучаемой деятельности или поведения, либо различиями в организации наблюдения, либо действительными закономерностями протекания и развития самих исследуемых личностных особенностей.

Описание – фиксация признаков исследуемого объекта, которое устанавливается, например, путем наблюдения или измерения. Описание бывает:

1. Непосредственным, когда исследователь непосредственно воспринимает и указывает признаки объекта;

2. опосредованным, когда исследователь отмечает признаки объекта, которые воспринимались другими лицами (например, характеристика НЛО).

Метод сравнительных аналогий – это сопоставление признаков, присущих двум или нескольким объектам. Установление различия между ними или нахождение в них общего. Сравнение – это способ получения знаний о предметах и явлениях на основании того, что они имеют сходство с другими, рассуждение, в котором из сходства изучаемых объектов в некоторых признаках делается заключение об их сходстве и в других признаках. установление сходства в некоторых сторонах, свойствах и отношениях между нетождественными объектами. На основании выявленного сходства делается соответствующий вывод – умозаключение по аналогии. Его общая схема: объект В обладает признаками a, b, c, d; объект С обладает признаками b, c, d; следовательно, объект С, возможно, обладает признаком a. Тем самым аналогия дает не достоверное, а вероятное знание. При выводе по аналогии знание, полученное из рассмотрения какого-либо объекта («модели»), переносится на другой, менее изученный и менее доступный для исследования объект. Сравнение – это один из наиболее распространенных и универсальных методов познания. Сравнением называют установление сходства и различия предметов и явлений разного рода, их сторон и аспектов, вообще – объектов исследования.

Требования к сравнению как методу исследования:

□ Для сравнения должны быть выбраны сопоставимые величины. Сопоставимость должна быть комплексная и включать единство объемных, стоимостных, качественных, структурных показателей. Например, если осуществляется сравнение работы промышленности во времени или по территории, она должна быть однородной — добывающая или обрабатывающая, химическая или металлургическая и т. д..

□ Объекты сравнения должны быть одинаковы не только по названию, но и по содержанию главных компонентов. На практике это означает сопоставимость условий производства.

□ Необходимо соблюдать требования единства периодов времени, за которые производится сравнение объектов, т. е. определить единые календарные сроки, за которые они сравниваются. Например, нельзя сравнивать объем произведенной продукции за месяц и за неделю.

□ Должны быть устранены различия в методике расчетов показателей оценки сравниваемых объектов.

Для того чтобы аналогия была доказательной и по своей форме напоминала индуктивный или дедуктивный вывод, необходимо соблюсти следующие условия:

1) аналогия должна основываться на сходстве максимального числа существенных признаков;

2) связь между неизвестным, искомым признаком и остальными (известными) признаками должна быть предельно тесной и доказуемой;

3) аналогия не должна приводить к утверждению абсолютного сходства между аналогом и исследуемым предметом;

4) исследование сходных признаков должно дополняться исследованием всех известных различий между аналогом и изучаемым объектом.

Измерение – исторически развивалось из наблюдений и сравнения. Однако в отличие от простого сравнения оно более результативно и точно. Современное естествознание, начало которому было положено Леонардо да Винчи, Галилео Галилеем и Исааком Ньютоном, своим расцветом обязано применению измерений. Именно Галилей провозгласил принцип количественного подхода к явлениям, согласно которому описание физических явлений должно опираться на величины, имеющие количественную меру – число. Он считал, что книга природы написана на языке математики. Инженерия, проектирование и конструирование в своих методах продолжают эту же линию. Измерение – это процедура определения численного значения некоторой характеристики объекта посредством сравнения ее с единицей измерения, принятой как стандарт данным исследователем или всеми учеными и практиками. Как известно, существуют международные и национальные единицы измерения основных характеристик различных классов объектов, такие как час, метр, грамм, вольт, бит и др.; день, пуд, фунт, верста, миля и др. Измерение предполагает наличие следующих основных элементов: объекта измерения, единицы измерения, т. е. масштаба, мерки, эталона; измерительного устройства; метода измерения; наблюдателя.

Структура научного измерения:

- объект измерения, рассматриваемый как измеряемая величина
- или свойство;
- материальные средства измерения - эталоны, инструменты,
- приборы, преобразователи, установки и др., имеющие нормированные метрологические характеристики;
- наблюдателя, осуществляющего измерения с определенными
- познавательными целями;
- методы измерения, включающие совокупность практических
- операций, выполняемых с помощью материальных средств измерения, а также определенных логических и вычислительных процедур;
- результат измерения в форме числовых величин.

Единицы измерений физических величин в целом подразделяют на основные (независимые) и производные, полученные при помощи основных и физико-математических формул, поскольку многие величины функционально связаны между собой. С помощью основных единиц измерений производят прямую, непосредственную эмпирическую процедуру измерения как сравнение некоторого измеряемого свойства с принятым эталоном. Эталоны - это вещи, меры, измерительные приборы, обеспечивающие воспроизведение, сохранение и передачу единиц измерений с наивысшей точностью, достижимой при данном состоянии науки и техники. На базе принятых эталонов создана Международная система единиц физических величин, сокращенно СИ. При ее создании специалисты исходили из того, чтобы охватить ею все области науки техники; принять удобные для практики размеры основных единиц, уже получивших распространение; выбрать в качестве единиц такие величины, воспроизведение которых возможно с наибольшей точностью. В системе СИ (81) в качестве основных приняты семь единиц измерения: метр, килограмм, секунда, ампер, кельвин (единица термодинамической температуры), канделла (единица силы света), моль (единица количества вещества) и две дополнительные - радиан и стерадиан (единицы плоского и телесного углов). Остальные семнадцать единиц являются производными, имеющими специальные наименования в области механических, тепловых, электрических, магнитных, световых, радиоактивных явлений. Свидетельством происхождения производных единиц от открытых и сформулированных законов является закрепление собственных имен их авторов в нарицательных наименованиях единиц измерения: герц, ньютон, паскаль, джоуль, кулон, вольт, фарад, ом, сименс вебер, тесла, генри, беккерель, грей. Главной задачей современной метрологии является совершенствование и создание полной системы

взаимосвязанных естественных эталонов на основе использования фундаментальных физических констант и высокостабильных квантовых явлений.

Эксперимент – апробирование, испытание изучаемых явлений в контролируемых и управляемых условиях. В эксперименте стремятся выделить изучаемое явление в чистом виде, с тем, чтобы было как можно меньше препятствий в получении искомой информации. Под экспериментом понимается такой метод изучения и преобразования объектов, когда исследователь активно воздействует на них путем создания искусственных условий, необходимых для выявления каких-либо интересующих его свойств, характеристик, аспектов, сознательно изменяя течение естественных процессов, ведя при этом регулирование, измерение и наблюдение. Основным средством создания таких условий служат разнообразные приборы и искусственные устройства. Эксперимент представляет собой наиболее сложный, комплексный и эффективный метод эмпирического познания и преобразования объектов разного рода. Но сущность его не в сложности, а в целенаправленности, преднамеренности и вмешательстве путем регулирования и управления в течение изучаемых и преобразуемых процессов и состояний объектов.

Классификация эксперимента как метода исследования:

- по целям исследования – преобразующий, констатирующий, контролирующий, поисковый, решающий;
- по природе исследуемого объекта – физический, химический, биологический, психологический, социальный;
- по методу и результатам – качественный и количественный;
- по структуре изучаемых объектов – простые и сложные;
- по числу воздействующих факторов – однофакторные и многофакторные;
- по характеру внешних воздействий – вещественный, энергетический, информационный;
- по организации проведения – лабораторный, полевой, полигонный, производственный и др.

Этапы экспериментального исследования: независимо от вида реализация эксперимента организуется в три этапа: подготовительный, проведение экспериментального исследования, обработка опытных данных.

1. Подготовительный этап как основополагающий включает в себя следующие операции:

- а) постановка проблемы и выдвижение гипотез, подлежащих проверке;
- б) разработка программы (плана) экспериментальных исследований;
- в) проектирование и материальное воплощение экспериментальной установки;
- г) разработка методики исследования и анализ ее практической применимости.

Общая картина исследовательской работы, ее порядок и необходимые требования отражаются в методике – совокупности мыслительных и материальных операций и предписаний, спланированных для достижения цели исследования. В ней предусмотрены: определение исходных гипотез и варьирующих факторов; создание условий для возможности экспериментирования; определение пределов измерений; возможность систематического наблюдения процесса и точного описания фактов; ведение систематической регистрации измерений и оценок фактов различными средствами и способами; изменение характера условий, перекрестных воздействий, усложненных ситуаций для получения достоверных данных; переход от экспериментальных данных к их логико-теоретической обработке.

В плановую часть включаются: цель и задачи эксперимента, выбор варьирующих факторов; обоснование объема эксперимента, число опытов; порядок их реализации, последовательность, изменение факторов; задание интервала между будущими экспериментальными точками; обоснование средств измерений; описание проведения эксперимента; обоснование способа обработки и анализа результатов эксперимента.

В методике подробно разрабатывается процесс проведения эксперимента, составляется последовательность операций наблюдения и измерения, детально описываются операции, обосновываются методы контроля их качества и т.д. Наконец, разрабатываются формы журналов для записи результатов наблюдений и измерений.

Важным разделом методики является выбор методов обработки и анализа экспериментальных данных. Обработка данных сводится к систематизации числового материала, классификации и анализу. Результаты эксперимента должны быть сведены в рациональные формы записи – таблицы, графики, формулы, номограммы и т.п., – удобные для обобщения в научные факты. При этом результаты измерений формируются по законам метрологии и оцениваются в единой системе единиц физических величин. После утверждения принятой методики устанавливаются объем и трудоемкость экспериментальных работ. Таким образом, с технологической стороны содержание остальных этапов исследования можно охарактеризовать предельно кратко.

2. Этап проведения экспериментального исследования – поддержание условий проведения эксперимента в соответствии с утвержденной методикой, установление необходимых режимов наблюдения, их оперативный контроль и регулирование, фиксация необходимых данных опыта (описание) в протоколах наблюдения в формах, принятых в лабораторных журналах.

3. Этап обработки опытных данных – общий анализ данных опыта, их статистическая обработка, интерпретация, сравнение и обобщение, установление новых фактов, обоснование или опровержение исследуемых гипотез, при необходимости уточнение дальнейших исследовательских программ.

Моделирование – изучение объекта (оригинала) путем создания и исследования его копии (модели), заменяющей оригинал с определенных сторон, интересующих познание. Модель всегда соответствует объекту-оригиналу в тех свойствах, которые подлежат изучению, но в то же время отличаются от него по ряду других признаков, что делает модель удобной для исследования изучаемого объекта. Результаты исследования распространяют на оригинал. Это один из главных методов научного исследования, с помощью которого можно ускорить существующие технологические процессы, сократить сроки освоения новых. Этот метод применяют при изучении различных технологий, режимов работы и аппаратов, хозяйственных комплексов, а также в управлении предприятиями, распределениями ресурсами.

Формы моделирования разнообразны и зависят от используемых моделей и сферы применения моделирования. По характеру моделей выделяют предметное и знаковое (информационное) моделирование.

Предметным называется моделирование, в ходе которого исследование ведется на модели, воспроизводящей определенные геометрические, физические, динамические либо функциональные характеристики объекта модели – оригинала; в частном случае аналогового моделирования, когда оригинал и модель описываются едиными математическими соотношениями (например, одинаковыми дифференциальными уравнениями), электрические модели используются для изучения механических, гидродинамических, акустических и др. явлений.

При знаковом моделировании, моделями служат схемы, чертежи, формулы, предложения в некотором алфавите (естественного или искусственного, языка) и т. п. Если условия моделирования позволяют, то рекомендуется построить несколько моделей с разными наборами «существенных» свойств и затем оценить их на адекватность объекту и цели моделирования.

Этапы моделирования: в обобщенном виде процесс моделирования можно условно представить четырьмя этапами.

Первый этап построения модели предполагает наличие некоторых знаний объекте-оригинале. Познавательные возможности модели обуславливаются тем, что модель отображает (воспроизводит, имитирует) какие-либо существенные черты объекта-оригинала.

При этом изучение одних сторон моделируемого объекта осуществляется ценой отказа от других.

Второй этап характеризуется тем, что модель выступает как самостоятельный объект исследования, когда одной из форм такого исследования является проведение «модельных» экспериментов. При этом изменяются условия применения модели и фиксируются полученные данные.

На третьем этапе осуществляется перенос знаний с модели на оригинал, осуществляется корректировка знаний о модели с учетом свойств оригинала.

Четвертый этап – это практическая проверка получаемых с помощью моделей знаний и их использование для построения обобщающей теории объекта, его преобразования или управления им.

Специальные (конкретно-научные) методы научного исследования

Специальные методы исследования используются только в какой-нибудь одной отрасли научного знания либо их применение ограничивается несколькими узкими областями знания. Распространенное мнение о том, что каждая наука имеет свой собственный метод, верно лишь отчасти: большинство социальных наук не имеют своего специфического, только им присущего метода. Поэтому они, так или иначе, преломляют применительно к своему объекту общенаучные методы и методы других (как социальных, так и естественнонаучных) дисциплин. В данной связи принято считать, что методологические подходы политической науки строятся вокруг трех аспектов:

- как можно более строгое отделение исследовательской позиции от морально-ценностных суждений или личных взглядов;

- использование аналитических приемов и процедур, являющихся общими для всех социальных наук, что играет решающую роль в установлении и последующем рассмотрении фактов;

- стремление к систематизации, или, иначе говоря, к выработке общих подходов и построению моделей, облегчающих открытие «законов».

В фундаментальном плане изучение международных отношений требует сочетания таких подходов, которые опираются на теорию (исследование сущности, специфики и основных движущих сил этого особого рода общественных отношений); социологию (поиски детерминант и закономерностей, определяющих его изменения и эволюцию); историю (фактическое развитие международных отношений в процессе смены эпох и поколений, позволяющее находить аналогии и исключения) и праксиологию (анализ процесса подготовки, принятия и реализации международно-политического решения). В прикладном плане речь идет об изучении фактов (анализа совокупности имеющейся информации); объяснении существующего положения (поиски причин, призванные избежать нежелательного и обеспечить желаемое развитие событий); прогнозировании дальнейшей эволюции ситуации (исследование вероятности ее возможных последствий); подготовке решения (составление перечня имеющихся средств воздействия на ситуацию, оценка различных альтернатив) и, наконец, принятия решения (которое также не должно исключать необходимости немедленного реагирования на возможные изменения ситуации).

Наиболее часто в науке используют системный подход и тесно связанные с ним метод моделирования. Из аналитических методов наиболее распространены такие как контент-анализ, ивент-анализ, метод когнитивного картирования.

Под частными методиками понимается сумма процедур междисциплинарного характера, применяемых для накопления и первичной систематизации эмпирического материала («данных»). Поэтому иногда их называют также «техниками исследования». К настоящему времени известно более тысячи таких методик от самых простых (например, наблюдение) до достаточно сложных (как, например, ситуационные игры, приближающиеся к одному из этапов системного моделирования). Наиболее известные из них наблюдение, изучение документов, сравнение, эксперимент, анкетирование, интервью, экспертный опрос, экспертное

совещание. Разновидностью последнего является, например, «дельфийская техника», когда независимые эксперты вносят свои оценки того или иного международного события в центральный орган, который проводит их обобщение и систематизацию, после чего вновь возвращает экспертам. С учетом проведенного обобщения эксперты либо вносят поправки в свои первоначальные оценки, либо укрепляются в своем мнении и продолжают настаивать на нем. В соответствии с этим и вырабатывается окончательная оценка, и даются практические рекомендации.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Кто отмечал: «Не только результат исследования, но и ведущий к нему путь должен быть истинным»?
2. Кто утверждает, что «метод есть не что иное, как осознанный и пригодный для повторных применений способ»?
3. В структуре общенаучных методов чаще всего выделяют: ...
4. При проведении теоретического исследования ученый имеет дело: ...
5. Все методы научного исследования подразделяются на: ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Три составляющих научного исследования: теория, методология и практика	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Организация исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования

Текст лекции.

В любом научном исследовании выделяют три составляющих: теорию, методологию и практику. Если теория дает представление о том, что изучается, т.е. об объекте и тех особенностях объекта, которые наиболее существенны при решении проблемы (т.е. о предмете), то методология определяет, каким путем идет исследователь в познании. Здесь, во-первых, важно мировоззрение, задающее определенный угол зрения, во-вторых, логика, т.е. последовательность этапов научно-познавательной деятельности и соответствующих им методов и методик.

Методы, как совокупность способов научного познания, принято делить на общие для ряда наук и специальные, или частные. Общая методология формулирует некоторые наиболее общие принципы в познании, которые применяют в исследованиях. Так, для психологии необходимо определенное понимание вопроса о соотношении общества и личности, природы человека. В качестве общей методологии различные исследователи принимают различные философские системы. Специальные методы обусловлены характером исследуемого объекта, т.е. определяют принципы, применяемые в данной области знания.

Выбор методологических основ исследования связан с присоединением к той или иной теоретической школе. Он определяет, в каких понятиях и терминах будут описаны объект и предмет исследования и его проблема, а также выбор конкретных методов и процедур исследования. В качестве таких методологических оснований психологического исследования могут выступать, например, деятельностный подход к пониманию психики А.Н. Леонтьева, теория деятельностного опосредования межличностных отношений А.В. Петровского, экологический подход к восприятию Г. Гибсона и т.д. В качестве методологических оснований исследования выступают и отдельные принципы психологии, такие, как принцип активности, развития, субъектности и т.д., которые акцентируют те или иные аспекты этих теорий.

В отличие от методологии методы и процедуры исследования – это система более или менее формализованных правил сборки, обработки и анализа информации. В отечественной психологии (Б.Г. Ананьев) выделено четыре группы методов:

- 1 группа – организационные методы (сравнительный, лонгитюдный, комплексный и т.д.);
- 2 группа – эмпирические методы (наблюдение и самонаблюдение, экспериментальные методики, психодиагностические методы: тесты, анкеты, опросники, интервью, беседа, социометрия, анализ продуктов деятельности, контент-анализ, биографические методы и т.д.);
- 3 группа – методы обработки данных включают: количественный (статистический) и качественный (дифференциация материала по группам) методы. К количественным относятся такие виды анализа, как анализ средних значений параметров и степени их вариативности, корреляционный, факторный, дивергентный и конвергентный анализ и др. Качественный анализ подразумевает подробный содержательный анализ отдельных случаев.
- 4 группа – интерпретационные методы, включающие генетический (анализ материала в плане выделения отдельных фаз и последовательности его развития) и структурный (установление структурных связей между частями и целым). Сюда относится построение различных типологий, психологических профилей и т.п.

Методы подбираются для решения поставленных задач. При выборе методов и методик эмпирического исследования студент должен опираться на знания и умения, полученные им при изучении соответствующих психологических дисциплин. Для сбора первичных данных могут использоваться такие методы, как наблюдение, эксперимент, опрос, тестирование, анализ документов. Необходимо помнить, что каждый из них имеет определенные преимущества и недостатки.

В процессе эмпирического исследования собираются объективные и субъективные данные. Объективные показатели обладают целым рядом преимуществ с точки зрения доказательности, поэтому им обычно отдается приоритет. Для обеспечения ясности и достоверности научных выводов важно уже на ранних стадиях исследования точно определить переменные (независимые и зависимые), которые будут изучаться. Должны быть предусмотрены возможность управления независимой переменной и способы регистрации зависимой переменной. Необходимо спланировать, какие показатели и в каких условиях будут регистрироваться и основанием для каких выводов будут служить.

Измерение изучаемых психических явлений — неотъемлемая черта научного подхода. Независимо от типа исследовательских задач всегда следует искать возможность получить и представить количественные данные по изучаемому объекту, явлению или закономерности в определенной шкале: номинативной (шкала наименований), порядковой, интервальной (шкала интервалов) или шкале отношений.

Планируя методики и процедуры эмпирического исследования, важно обращать внимание на их валидность и надежность. Использование методик других авторов предполагает знание условий их разработки и предшествующей апробации. Текст методики, который содержит только вопросы (или задания) к испытуемому, ключ для оценки ответов и интерпретацию, существенно ограничивает возможности ее использования в научном исследовании. К применению ранее полученных норм в собственном исследовании нужно относиться очень осторожно, поскольку чаще всего они являются статистическими и зависят от выборки испытуемых и условий проведения методики.

Самая важная задача при выборе конкретных методов исследования — обеспечить **соответствие метода** организации эксперимента и методов сбора эмпирического материала **предмету** исследования. Необходимо понимать, что в исследовании можно получить только то, что могут дать использованные методы.

Типичной ошибкой студентов является расширительная трактовка результатов исследования, не учитывающая ограниченность тех методов, которые они использовали. Например, автор в качестве метода использует метод оценки испытуемыми качеств собственной личности и каждое из них оценивает как типично мужское, типично женское или нейтральное. А в выводах автор говорит о различной сформированности половой роли у разных групп испытуемых. Это яркий пример несоответствия метода предмету исследования. Для исследования сформированности половой роли необходимо было использовать методики, позволяющие определять разные пласты этого сложного явления. Поскольку метод мог определить только восприятие испытуемыми своих качеств, то правильные выводы могли касаться только этого пласта половой роли, а именно, полового самосознания и восприятия степени своего соответствия мужским и женским качествам.

Организация исследования

Для осуществления исследования необходимо правильно организовать сбор экспериментального материала и решить ряд технических вопросов.

Во-первых, правильно подобрать контингент испытуемых, которые бы соответствовали по своим психологическим и социально-демографическим параметрам целям исследования.

Во-вторых, обеспечить необходимый уровень и качество мотивации испытуемых к участию в исследовании.

В-третьих, осуществить обоснованный выбор методического инструментария.

В-четвертых, четко определить процедуру сбора материала и сохранять ее стандартной в процессе всего исследования.

В-пятых, продумать формы фиксации эмпирических данных, удобные как для осуществления в процессе сбора материала, так и для дальнейшей обработки данных.

Необходимо внимательно подходить к составлению выборки испытуемых в эмпирическом исследовании. Важно учитывать пол, возраст, социальное положение, уровень образования, состояние здоровья, индивидуально-психологические особенности испытуемых и другие параметры, которые могут оказать влияние на результаты.

Выборка должна моделировать генеральную совокупность, то есть быть репрезентативной по отношению ко всей изучаемой категории людей. Для этого она должна быть случайной или специально подобранной так, чтобы представлять основные типы испытуемых, существующие в популяции. При этом переменные, являющиеся источником артефактов, либо устраняются, либо их влияние усредняется. Выводы исследования должны распространяться на всех членов изучаемой группы людей, а не только на представителей этой выборки. Испытуемых необходимо правильно распределить относительно разных условий исследования, важно обеспечить эквивалентность экспериментальной и контрольной групп.

Численность выборки испытуемых для эмпирического исследования или практической психологической работы должна обеспечивать доказательность положений, которые защищаются в работе. В зависимости от целей и возможностей она может быть от одного испытуемого до нескольких тысяч человек. Количество испытуемых в отдельной группе (экспериментальной или контрольной) в большинстве экспериментальных исследований варьирует от 1 до 100. Исходя из методов математической обработки, рекомендуется, чтобы численность сравниваемых групп была не менее 30-35 человек, поскольку при таком количестве испытуемых коэффициенты корреляции выше 0.35 значимы при $p = 0,05$.

Если для обработки данных используется факторный анализ, то существует простое правило: надежные факторные решения можно получить лишь в том случае, когда количество испытуемых не менее чем в 3 раза превышает число регистрируемых параметров. Кроме того, целесообразно увеличение количества испытуемых, по крайней мере на 5-10 %, поскольку часть из них будет отбракована в ходе исследования (не поняли инструкцию, не приняли задачу, дали отклоняющиеся результаты).

Важно правильно спланировать время, место и обстоятельства экспериментальной работы, скорректировать их в зависимости от реальных условий. Испытуемые не должны быть озабочены срочными делами и чрезмерным дефицитом времени для выполнения задания. Их не должны отвлекать посторонние раздражители.

Студент-исследователь должен уметь установить такой доверительный рабочий контакт с изучаемым человеком, при котором может быть получена достоверная информация. Доверие испытуемого к тому, что его ответы и действия будут использоваться только в научных целях, уважение к исследователю будут этому значительно способствовать. На этом этапе работы необходимо соблюдение норм профессиональной этики психолога.

Для успеха исследовательской работы на данном этапе обязательно практическое владение соответствующей техникой сбора эмпирических данных, детальное знание методики, которая используется.

В ходе работы студента могут ожидать некоторые разочарования, поскольку добиться идеальных условий исследования часто не удается. Как правило, реальные обстоятельства корректируют планы и исследовательские процедуры. Первое пробное исследование позволяет выявить недостатки его проектирования. Этот этап научной работы обычно называют пилотажным. Его данные, позволяющие усовершенствовать программу и методику исследовательского проекта, часто не включаются в общую выборку при обработке данных, поскольку они получаются в несколько других условиях.

Источник: https://studopedia.net/8_70458_vibor-metodov-i-metodik-issledovaniya.html?ysclid=lhg6s9r9ly763269087

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Установление общих свойств и отношений предметов и явлений, определение общего понятия, в котором отражены существенные, основные признаки предметов или явлений данного класса, называется: ...

2. Целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств, называется: ...

3. Кто провозгласил принцип количественного подхода к явлениям, согласно которому описание физических явлений должно опираться на величины, имеющие количественную меру – число?

4. К структуре научного измерения относятся: ...

5. Результатом использования какого метода является конкретное знание, обогащенное знанием всех основных элементов целого и их существенных связей: ...

6. Установление общих свойств и отношений предметов и явлений, определение общего понятия, в котором отражены существенные, основные признаки предметов или явлений данного класса, называется: ...

7. Целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств, называется: ...

8. Кто провозгласил принцип количественного подхода к явлениям, согласно которому описание физических явлений должно опираться на величины, имеющие количественную меру – число?

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Общие сведения об информации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Информационное обеспечение	Информационная лекция

	научных исследований	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Поиск информации. Справочно-библиографическое обслуживание	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Количественные и качественные характеристики информации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Источники информации о реализуемых НИОКР. Виды НИОКР	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6.	Патентно-лицензионная деятельность	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
7.	Государственная система научно-технической информации. Сервис интернет	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Общие сведения об информации

Практическая деятельность человека в любых условиях характеризуется применением самой разнообразной информации. Конечно, с понятием «информация» связывают представление обо всем новом, что воспринимается человеком в любом сообщении или сигнале.

Под информацией (от латинского – объяснение, изложение чего-либо или сведения о чем-либо) чаще всего понимают сведения, передаваемые от человека к человеку устно, письменно или любым иным способом, в том числе и с помощью технических средств.

Слово «информация» вошло в постоянное употребление в середине двадцатого века с подачи **К. Шеннона**, который вложил в этот термин узкий технический смысл применительно к теории связи или передачи кодов (которая получила название «Теория информации»). В настоящее время наполнение этого термина стало более глубоким. И это является следствием

того, что только в последние десятилетия выявилась необходимость осознанной организации процессов движения и обработки того, что имеет общее название «информация». Но само понятие во многом остается интуитивным и получает различные смысловые наполнения в различных отраслях человеческой деятельности. Так, в широком понимании этого слова, «информация» означает новые сведения об окружающем мире, получаемые в результате взаимодействия с ним. В настоящее время этот термин широко используется во всех отраслях науки. Чтобы активизировать внимание на существенном содержании информации, часто используют термин «семантическая информация» – то есть информация, имеющая определенный смысл, который можно понять и интерпретировать с помощью естественного языка в процессе человеческого общения.

Информация является средством общения между людьми и отражает общественные и производственные взаимоотношения, а также многообразные проявления материального мира. Только обмен информацией между исследователями через каналы коммуникаций или прямым общением на семинарах, конференциях, симпозиумах способствует обеспечению научно-технического прогресса.

Потенциально любая научная работа производительная, но, если результат этого труда не распространяется в виде определенных сведений, он не может с экономической точки зрения играть роль товара. Научная информация дает возможность материализовать результаты интеллектуальной деятельности мозга, а также оценить последнюю *качественно и количественно*.

Сам мозг исследователя можно сравнить с информационной системой, которая собирает (запоминания), преобразует (анализ материала, который уже находится в памяти, и синтез качественно «новой» информации), сохраняет (память), осуществляет поиск (творческое мышление) и распространение (воспроизведение собранных и обработанных сведений в виде новых гипотез или теорий) информации.

Общие свойства информации, независимо от ее содержания, изучает *теория информации* – раздел кибернетики, исследующий способы математического описания и оценивания методов передачи, хранения, извлечения и классификации информации. Свое воплощение теория информации нашла в научной дисциплине, известной под названием «*информатика*». На основе новейших достижений информатики стало возможным обеспечивать обмен информацией не только между людьми, но и между человеком и машиной или между самими машинами.

Информатика – отрасль науки, изучающая структуру и общие свойства научной информации, а также вопросы, связанные с ее сбором, хранением, поиском, обработкой, преобразованием, распространением и использованием в различных сферах деятельности.

Хоть информатика как научная дисциплина появилась совсем недавно, информационной деятельностью люди начали заниматься еще в древние времена. Сначала от человека к человеку, от поколения в поколение информация передавалась устно. Это были сведения о профессиональных навыках, например, о приемах охоты, обработки охотничьей добычи, способы земледелия и тому подобное. Со временем информацию стали фиксировать в виде графических образов окружающего мира. Примерами этого могут быть наскальные рисунки, изображавшие животных, растений, людей, охотничьи сцены, ритуальные обряды и прочее (их появление оценивается примерно в 20-30 тысяч лет назад).

Поиск более совершенных способов фиксации информации привел к появлению письменности. Вначале люди записывали условными обозначениями расчеты с покупателями, а затем написали и первое слово. На чем они только не писали. В Индии – на пальмовых листьях, в Вавилоне – на глиняных дощечках, на Руси пользовались берестой. Появление письменности стало новым шагом человечества в области хранения и обработки информации. На самом деле революционным событием в развитии письменности стало изобретение печатного станка, благодаря которому появилась книга. С появлением книги стало возможным массово тиражировать профессиональные знания, зафиксированные на материальном носителе.

Сейчас лавины книг, сливаясь с лавинами нормативной документации и многотомной справочной литературы, периодических изданий и др. образуют океаны информации. Актуальной проблемой современности становится несогласованность огромного количества публикаций с более узкими интеллектуальными возможностями человека.

Еще в 1874 г. английский физик **Рэлей** признавал, что люди науки часто вынуждены испытывать чувства, близкие к паническим беспокойства, когда созерцают поток новых знаний, которые появляются ежегодно, кажется, что что-либо новое, сколько-нибудь значительное дополнение к этому бремени уже существующей информации сделает этот груз почти невыносимой. Такая мысль вполне созвучна и с современностью, хотя с того времени объем научной информации вырос в тысячи раз.

Уже сейчас, передавая информацию в машинной памяти, становится возможным извлекать полки книжных хранилищ и это не удивительно – ведь один компакт-диск может свободно хранить информацию, например, многотомной энциклопедии или нескольких десятков справочных изданий. Поэтому без сомнения электронные вычислительные машины будут кладовыми не только научных и технических знаний человечества, но и всего, что было создано им за многие века своего существования, они станут огромной и вечной памятью его. Серьезные исследования в области программированного обучения, а также развитие средств вычислительной техники позволили сформулировать задачу разработки компьютерных методов и средств для активизации обучения. С целью практической реализации поставленной задачи были проведены работы по созданию автоматизированных обучающих систем.

Революционные изменения в распространении и передаче информации обеспечивает сеть Интернет, которая была создана благодаря запуску в Советском Союзе первого спутника Земли (в октябре 1957 г.). Это событие изменило мир. В США в разработке была собственная программа запуска спутников, но она еще не стартовала.

Это событие непосредственно привело к созданию Агентства передовых исследовательских проектов Министерства обороны США – DARPA (Department of Defence ARPA - Advanced Research Projects Agency). На организацию возложили задачи исследований и разработки передовых идей и технологий, которые выходят за рамки текущих потребностей. Создание Интернета стало по всей видимости самым известным проектом этого Агентства (и совершенно точно самым используемым).

Опубликованный **Дж. Ликлайдером** (Joseph Licklider) (психолог и ученый в области компьютерных технологий) труд «Симбиоз компьютера и человека» (Man-Computer Symbiosis) (1960 г.), носил четко выраженную идею компьютеров, объединенных в сеть с целью использования, хранения и извлечения информации. Возглавляя отдел обработки информации в ARPA, Дж. Ликлайдер (1962 г.) сформировал группу для дальнейших компьютерных исследований, которую покинул прежде, чем была сделана работа по реализации идей.

План создания компьютерной сети (который получил название ARPANET) был представлен в октябре 1967-го. А уже в декабре 1969 была создана и заработала первая компьютерная сеть, состоящая из 4 машин. Основной проблемой в создании сети было объединение физически разделенных сетей без связи сетевых ресурсов постоянными соединениями. Техника, которая решила проблему, получила название Коммутация пакетов (packet switching). Это решение предусматривает разбиение запросов данных на маленькие части (пакеты), которые могут быстро обрабатываться без блокирования с другими узлами сети. Данный принцип до сих пор используется в работе Интернета.

Концепция получила широкое применение. Другие сети зарождались, используя ту же самую технику коммутации пакетов. Например, X. 25, разработанная Международным телекоммуникационным союзом, стала основной для первой университетской сети Великобритании – JANET (сеть позволяла британским университетам отправлять и принимать файлы и электронную почту). Американская общественная сеть CompuServe позволяла небольшим компаниям и гражданам получать почасово доступ к компьютерным ресурсам, а

затем и к Интернету. Эти сети, несмотря на наличие большого количества соединений, были более частными и закрытыми, чем Интернет сегодня.

Распространение различных сетевых протоколов вскоре стало проблемой, когда начались попытки соединить разрозненные сети. Тем не менее, решение было на виду. **Роберт Кан** (Robert Kahn) работая над проектом спутниковой пакетной сети для ARPA, начал определять ряд правил для более открытой сетевой архитектуры, которая должна была заменить текущий протокол, использовавшийся в ARPANET. Позже к нему присоединился **Винтон Серф** из Стэнфордского университета. Вдвоем они создали систему, которая маскирует различия между сетевыми протоколами, используя новый стандарт. В публикации черновика спецификации в декабре 1974 система названа как Internet Transmission Control Program (Программа контроля передачи данных в Интернете).

Эта спецификация уменьшила роль сети и перенесла ответственность за поддержание целостности передачи данных на компьютер хоста. В конечном счете стало возможным легкое присоединение всех сетей друг к другу. ARPA профинансировало разработку программного обеспечения, и в 1977 году была проведена успешная демонстрация трех различных сетей, которые взаимодействовали друг с другом. Спецификацию завершили, опубликовали и приняли в 1981 году; в 1982 году соединение ARPANET за пределами США были переведены на использование нового протокола TCP/IP. Так появился Интернет, который мы знаем.

В начале 90-х существовала система поиска и передачи информации – Gopher, которая предоставляла каталог ссылок на файлы, компьютерные ресурсы, другие каталоги, что могли пересекать границы компьютеру и использовать Интернет для получения каталогов из других систем. Созданный в Университете Миннесоты (1993 г.), Gopher был очень популярен в университетах, которые искали возможность предоставить информацию во всем студенческом городке, и в крупных организациях, где было необходимо решение для централизованного хранения и управления информацией.

Университет объявил, что начнет взимать лицензионные отчисления за право использования их реализации сервера Gopher. Как следствие, многие организации занялись поиском альтернативы.

В расположенной в Швейцарии Европейской организации ядерных исследований (CERN, ЦЕРН) такая альтернатива была. **Тим Бернерс-Ли** работал над системой управления информацией, в которой текст может содержать ссылки и отсылки к другим работам, позволяя читателю быстро перескакивать с документа на документ. Он создал сервер для публикации такого вида документов (которые называют гипертекстом), а также программу для их чтения, которую назвал «WorldWideWeb» («Всемирная паутина»). Первая версия программного обеспечения была выпущена в 1991 году, однако дальнейшие события привели к взрыву популярности и окончательной замене Gopher.

Выпустив исходный код WorldWideWeb (13 апреля 1993 г.) в общественное достояние, ЦЕРН тем самым предоставил возможность использовать и создавать на его основе программное обеспечение без лицензионных отчислений каждому.

Позже в этом году, Национальный центр прикладных систем для суперкомпьютеров (National Center for Supercomputing Applications) выпустил программу Mosaic, которая объединяла веб-браузер и Gopher-клиент. Изначально приложение было доступно только для машин под управлением ОС Unix и в форме исходного кода, но уже в декабре 1993 Mosaic поставлялся с установщиками (инсталляторами) для ОС Apple Macintosh и Microsoft Windows. Mosaic очень быстро становился популярным, а вместе с ним и Веб.

Быстро росло и число веб-браузеров. Многие из них создавались в рамках исследовательских проектов в университетах и корпорациях. Например, норвежская телекоммуникационная компания Telenor создала первую версию браузера в 1994 году.

Характеризуя масштабы распространения мировой информационной сети Интернет, необходимо отметить, что на сегодня общее количество индивидуальных пользователей превысило 800 миллионов.

В целом мире насчитывается более 3000 электронных библиотек и депозитариев, которые, в частности, через систему Internet обслуживают потребителей более 112 стран. Прогнозируется, что объем информационных услуг на мировом рынке будет расти в соответствии с темпами, которые превышают один процент в год.

Благодаря Интернет-технологиям стало возможным дистанционное обучение и научные проекты, в которых одновременно участвуют тысячи исследователей из десятков стран (например, проект в области физики ядерных частиц CERN). Широкие возможности открывают и Web-технологии для качественного скачка в сфере образования. Новое тысячелетие предложило кардинальные изменения в образовании (на всех его ступенях - от дошкольного до высшего); на смену «технологии обучения» (то есть всевозможным средством «проталкивания» знаний в головы учеников/студентов) приходит-технология, то есть такой способ представления информации, при котором ученик/студент сам захочет «вытаскивать» все новые и новые знания, причем чем дальше он будет погружаться в тайны неизвестного, тем сильнее будет его увлекать и затягивать сила познания.

Высокий и сложный уровень современной науки, техники, производства, образования и культуры связан с постоянным ростом объемов новой информации, ростом скоростей ее распространения. Ежедневно в мире издается огромное количество печатной продукции (более 600 тысяч названий книг и 9 млн. статей), осуществляется свыше 400 тысяч изобретений, выдвигаются многочисленные гипотезы и предположения, то есть мир становится все более информированным. И не случайно, что в последнее время появились такие понятия, как *информационный взрыв*, *информационный кризис*. Они подкрепляются десятками ярких примеров, которые сравнивают огромное количество публикаций, сообщений средств массовой информации с более ограниченными возможностями отдельного человека.

Научное понятие информации во многом отмежевывается от содержательной стороны сообщений, выделяя их количественный аспект. На основе этого возникает понятие *количества информации*, которое определяется как величина, обратно пропорциональная степени вероятности того события, о котором идет речь в сообщении. Чем более вероятно событие, тем меньше информации содержит сообщение, что она состоялась, и наоборот.

Чтобы акцентировать внимание на существенном содержании информации, часто используют термин «семантическая информация» – то есть информация, имеющая определенный смысл, который можно понять и интерпретировать с помощью естественного языка в процессе человеческого общения. Для определения количества информации в информатике существует специальная единица, которая имеет название "бит" (от англ. сокр. *binary digit* - двоичная единица). Один бит кодируется в компьютере с помощью напряжения, принимающей значения 0 В и 5 В. Таким значению напряжения соответствует два значения двоичного символа: 0 и 1.

Обычно информация хранится в машинных кодах, которые имеют длину в один или несколько *байтов*. Одному байту соответствует 8 бит, слово – 16 бит, или 2 байта. Информационная емкость памяти компьютера измеряется кило – и мегабайтами.

Появление научного понятия информации позволила раскрыть новый аспект материального единства мира, позволила подойти с единой точки зрения ко многим, на первый взгляд, совсем не похожих между собой процессам; передаче сообщений по техническим каналам связи, работа электронных вычислительных машин, разнообразным процессам управления. *Все связано с процессами передачи, хранения и обработки информации*. Понятие информации сыграло здесь роль, аналогичную понятию энергии в физике, которое также дает возможность с общей точки зрения описать самые различные физические процессы.

Понятие об информации считается общенаучным и поэтому содержание термина уточняется в зависимости от области его применения. *В понятии информации различают два аспекта*.

Во-первых, информация выступает мерой организации системы, Математическое выражение для информации тождественно выражению для энтропии, взятой с противоположным знаком.

Как энтропия системы отражает степень ее неупорядоченности, так информация характеризует ее организацию. Так воспринята информация отражает внутреннее состояние системы или процесса самих по себе и может быть названа структурной информацией.

Во-вторых, от структурной информации следует отличать информацию, всегда связанную с отношением двух процессов. Теория информации обычно имеет дело именно с относительной информацией, которая тесно связана с отражением. Это заключается вот в чем. Если в предмете происходят изменения, отражающие воздействие на него другого предмета, то можно сказать, что первый предмет становится носителем информации о том, который влияет на него.

Информационное обеспечение является обязательным условием эффективного проведения и одновременно неотъемлемой частью, емким составляющим элементом каждого научного исследования. Поэтому вполне закономерно, что большинство ученых около 1/3 своего рабочего времени тратят на сбор и обработку научной информации. И этот показатель имеет тенденции к росту.

Информационное обеспечение научных исследований

Основой всякого научного исследования является *информация* – совокупность сведений (сообщений), которая определяет меру наших знаний о тех или иных явлениях, фактах, событиях и их взаимосвязях.

Информация – это сведения о событиях, процессах, которые происходят в природе, обществе, производственно-хозяйственной деятельности людей. Её необходимо собирать, обрабатывать, сохранять, предоставлять для дальнейшего использования. Поэтому заданием информационного обеспечения является информирование о состоянии исследуемых объектов, их функционировании, соответствии нормативно-правовым актам и законодательству хозяйственного механизма предприятий и организаций. Кроме того, информационное обеспечение является способом коммуникации работников по вопросам их профессиональной деятельности.

По своему содержанию информационное обеспечение научно-исследовательского процесса делится на *законодательное, информационно-справочное, плановое, договорное, технологическое, организационно-управленческое и фактографическое.*

В процессе теоретических и экспериментальных исследований накапливаются определенные материалы, которые после их осмысления и обработки, фиксации на бумажных или электронных носителях приобретают статус научной информации.

Научная информация – это логическая информация, которая получена в процессе познания, адекватно отражает закономерности объективного мира и используется в общественно-исторической практике.

В информационном обеспечении научных исследований используются такие термины:

– *научно-техническая информация* – документированные или публично оглашенные сведения об отечественных или зарубежных достижениях науки, техники и производства, полученные в ходе научно-исследовательской, исследовательско-конструкторской, проектно-технологической, производственной и общественной деятельности;

– *научно-информационная деятельность* – совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан, юридических лиц и государства в научно-технической информации, которая состоит в ее сборе, аналитико-синтетической обработке, фиксации, хранении, поиске и расширении;

– *информационные ресурсы научно-технической информации* – систематизированно собранная научно-техническая литература и документация (книги, брошюры, периодические издания, патентная документация, промышленные каталоги, конструкторская документация, отчетная научно-техническая документация о научно-исследовательских и исследовательско-конструкторских работах, депонированные рукописи,

переводы научно-технической литературы и документации), зафиксированные на бумажных и других носителях;

– *исследовательско-информационный фонд* – совокупность упорядоченных первичных документов и исследовательско-поисковый аппарат, предназначенный для удовлетворения информационных потребностей;

– *информационные ресурсы совместного использования* – совокупность информационных ресурсов государственных органов научно-технической информации, научных, научно-технических библиотек, а также коммерческих центров, фирм, организаций, которые осуществляют научно-техническую деятельность, и собственников, которые составили договор об их совместном использовании;

– *информационный рынок* – система экономических, организационных и правовых отношений относительно продажи и покупки информационных ресурсов, технологий продукции и услуг.

Основными принципами информационных отношений являются:

- гарантированные права на информацию;
- доступность информации и свобода обмена ею;
- объективность и доступность;
- полнота и точность;
- законность получения, использования и сохранения.

Национальная система научно-технической информации – это организационно-правовая структура, с помощью которой формируется государственная информационная политика, обеспечивается координация работ по созданию, использованию, хранению и расширению национальных ресурсов научно-технической информации с учетом интересов национальной безопасности.

Информационные ресурсы этой системы пополняются физическими и юридическими лицами независимо от форм собственности в обязательном порядке в установленные сроки. При этом органы и службы научно-технической информации, которым она передается, гарантируют защиту прав интеллектуальной собственности, сохранение коммерческой тайны, защиту законных интересов юридических и физических лиц – творцов информации о научно-технических достижениях.

В зависимости от накопления, использования, назначения и восприятия научная информация классифицируется на:

- *техническую*, характеризующую физические процессы в различных объектах при создании продукции из исходных компонентов;
- *экономическую* – показатели экономического развития общества и его отдельных структурных подразделений;
- *социальную* – сведения о человеке, коллективе и обществе в целом как объекте исследования.

Научно-техническая информация – это совокупность полных, точных сведений о развитии природы и общества, зафиксированных в научном документе.

Структурной единицей, характеризующей информационные ресурсы и информационные продукты с количественной стороны, является *научный документ, под которым понимается материальный объект, содержащий научно-техническую информацию и предназначенный для ее хранения и использования.*

В зависимости от способа представления информации различают документы:

- *текстовые* (книги, журналы, отчеты и др.),
- *графические* (чертежи, схемы, диаграммы),
- *аудиовизуальные* (звукозаписи, кино- и видеофильмы),
- *машиночитаемые* (например, образующие базу данных на микрофотоносителях, магнитных и оптических носителях) и др.

Состав документов, в которых находится научно-техническая информация, достаточно разнообразен и включает:

- *монографии* – научные или научно-популярные книжные издания, содержащие полное и всестороннее исследование одной проблемы или темы и принадлежащие одному или коллективу авторов;
- *статьи* – основная форма письменной информации для специалистов, которые работают в одной или нескольких смежных отраслях науки. Статьи могут быть научными, научно-техническими, научно-методическими, обзорными и дискуссионными по конкретным исследованиям;
- *научные отчеты* – итоговые документы с изложением фактически выполненных исследований. Они начинаются с аннотации, включают цель исследования, описание методических особенностей, результаты и выводы;
- *диссертации* – квалификационные работы в определенной отрасли науки. Они не публикуются, но ведется их строгая библиографическая регистрация. Познакомиться с диссертацией можно в библиотеке по месту ее защиты и в национальной библиотеке Украины;
- *авторефераты диссертаций* – рефераты проведенных исследований, представленных на соискание ученой степени;
- *препринты* – научные издания, содержащие материалы предварительного характера, опубликованные до выхода в свет издания, в котором они будут помещены;
- *тезисы докладов* – научные периодические сборники, которые содержат опубликованные до начала конференции материалы;
- *материалы конференций, симпозиумов* – неперIODические сборники, содержащие итоги конференций (доклады, рекомендации, решения);
- *сборники научных работ* – исследовательские материалы научных учреждений учебных заведений;
- *словари* – справочные издания, содержащие упорядоченный перечень словесных единиц (слов, словосочетаний, фраз, терминов), которые сопровождаются справочными данными, касающимися их;
- *терминологические словари* – справочные издания, содержащие термины какой-либо отрасли или темы и их определения;
- *энциклопедии* – справочные издания, в которых содержатся основные сведения по одной или всем отраслям знаний и практической деятельности, изложенные в кратких статьях, размещенных в алфавитном или систематическом порядке;
- *информационные листки* – реферативные периодические издания, содержащие сведения о передовом опыте;
- *реферативные сборники* – периодические издания рефератов, выполненных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- *экспресс-информации* – периодические реферативные издания актуальных опубликованных отечественных или зарубежных материалов, которые требуют оперативного оповещения специалистов;
- *научные журналы* – периодические издания, содержащие статьи и материалы об исследованиях теоретического и прикладного характера, предназначенные для научных работников;
- *статистические бюллетени* – оперативные статистические данные, которые характеризуют определенную сферу деятельности общества;
- *рекламные бюллетени* – изложенные в привлекательной форме сведения о продукции и услугах с целью повышения спроса на них;
- *нормативные бюллетени* – материалы директивного, нормативного или инструктивного характера, издающиеся государственным органом;
- *депонированные рукописи* – неопубликованные документы, которые представляют интерес для узкого круга специалистов и публикация которых в традиционных изданиях нецелесообразна;

– аудиовизуальные материалы – кино-, фотодокументы, магнитофильмы, видеозаписи.

Кроме того, документы подразделяются на *первичные* (содержащие непосредственные результаты научных исследований и разработок, новые научные сведения или новое осмысление известных идей и фактов) и *вторичные* (содержащие результаты аналитико-синтетической и логической переработки одного или нескольких первичных документов или сведения о них). Видовая структура научных документов приведена в таблице 1.1.

Как первичные, так и вторичные документы подразделяются на *опубликованные (издания)* и *непубликуемые*. В числе первичных документов – книги (непериодические текстовые издания объемом свыше 48 страниц); брошюры (непериодические текстовые издания объемом свыше четырех, но не более 48 страниц). Написание и издание книги занимает несколько лет, поэтому к моменту выхода в свет информационная ценность ее значительно снижается. Достоинством книги являются систематичность и полнота изложения, не присущие периодическим изданиям.

Книги и брошюры подразделяются на *научные, учебные, официально-документальные, научно-популярные* и, наконец, *по отраслям науки и научным дисциплинам*.

Среди книг и брошюр важное научное значение имеют издания, выходящие через неопределенные промежутки времени, по мере накопления материала. Обычно это сборники научных трудов институтов, вузов, научных обществ, публикуемых без строгой периодичности под общим заглавием «Труды», «Ученые записки», «Известия» и т. д.

Таблица 1.1 – Видовая структура научных документов

Виды документов	Первичные	Вторичные
Книги, брошюры	Монографии, справочник, материалы конференций, съездов, учебные издания	Библиографические, реферативные, обзорные издания, энциклопедии, словари, справочники
Периодические издания	Издания с продолжением, журналы, бюллетени, газеты, ведомости	Библиографические (картотеки), реферативные (сборники), экспресс-информация, официальные бюллетени, информационные листки, каталоги
Специальные издания	Нормативно-технические документы, информативно-производственные справки, рекламные, патентно-лицензионные издания	Показатели стандартов и технические условия отечественных и зарубежных изобретений
Рукописные материалы	Научные отчеты, доклады, информационные ведомости о проведенных научных конференциях, семинарах, симпозиумах	Бюллетени регистрации научно-исследовательских работ, сборники рефератов научно-исследовательской информации, опытно-конструкторские работы, регистрационные и информационные карты

Кроме того, существуют так называемые *продолжающиеся издания* (сборники, материалы научных конференций, семинаров, труды научных учреждений и т. д.), относящиеся к периодическим изданиям (оперативным источникам информации). Наибольший интерес среди оперативных источников представляют **журналы**. Они во много раз быстрее, чем книги, сообщают сведения о научных достижениях и передовом производственном опыте, разрабатываемых проблемах. Журналы отличаются широтой тематики. Поэтому материалы по

конкретной теме могут быть опубликованы в нескольких журналах. По содержанию различают *научные, научно-популярные и производственные* журналы.

К специальным видам технических изданий принято относить *нормативно-техническую документацию*, регламентирующую научно-технический уровень и качество выпускаемой продукции (стандарты, инструкции, типовые положения, методические указания и др.).

Важное значение для постановки научно-исследовательских работ имеет *патентная документация*, представляющая собой совокупность документов, содержащих сведения об открытиях, изобретениях и других видах промышленной собственности, а также сведения об охране прав изобретателей. Патентная документация обладает высокой степенью достоверности, так как подвергается тщательной экспертизе на новизну и полезность.

Первичные непубликуемые документы могут быть размножены в необходимом количестве экземпляров и пользоваться правами изданий. К основным видам непубликуемых первичных документов относятся научно-технические отчеты, диссертации, депонированные рукописи, препринты, научные переводы, конструкторская документация, информационные сообщения о проведенных научно-технических конференциях, съездах, симпозиумах, семинарах.

Научно-технический отчет оформляется на основе результатов научно-исследовательской или опытно-конструкторской работы.

Кандидатские и докторские диссертации представляют интерес для специалистов, так как они содержат научно-техническую информацию, отличающуюся научной новизной и практической полезностью.

Депонированные рукописи находятся на хранении в органах научной и технической информации и могут быть размножены безнаборным способом для удовлетворения поступающих запросов. Депонированию могут подлежать рукописи статей, обзоров, монографий узкоспециального характера. Депонированные работы юридически приравниваются к опубликованным.

Препринты – оттиски еще не опубликованных статей, докладов, сообщений, изготовленные для апробации содержащихся в них данных.

К непубликуемым документам относятся также *технологические инструкции, рационализаторские предложения, переводы* тех или иных документов, опубликованных на иностранных языках, *архивные документы*.

Вторичные документы и издания подразделяют на справочные, обзорные, реферативные и библиографические.

В справочных изданиях (справочники, словари) содержатся результаты теоретических обобщений, различные величины и их значения, материалы производственного характера.

В обзорных изданиях содержится концентрированная информация, полученная в результате отбора, систематизации и логического обобщения сведений из большого количества первоисточников по определенной теме за определенный промежуток времени. Различают обзоры аналитические (содержащие аргументированную оценку информации, рекомендации по ее использованию) и реферативные (носящие более описательный характер). Кроме того, работники библиотек часто готовят библиографические обзоры, содержащие характеристики первичных документов как источников информации, появившихся за определенное время или объединенных каким-либо общим признаком.

Реферативные издания (реферативные журналы, реферативные сборники) содержат сокращенное изложение первичного документа или его части с основными фактическими сведениями и выводами. Реферативный журнал – это периодическое издание журнальной или карточной формы, содержащее рефераты опубликованных документов (или их частей). Реферативный сборник – это периодическое, продолжающееся или непериодическое издание, содержащее рефераты непубликуемых документов (в них допускается включать рефераты опубликованных зарубежных материалов).

Библиографические указатели являются изданиями книжного или журнального типа, содержащими библиографические описания вышедших изданий. В зависимости от принципа расположения библиографических описаний указатели подразделяются на систематические

(описания располагаются по областям науки и техники в соответствии с той или иной системой классификации) и предметные (описания располагаются в порядке перечисления важнейших предметов в соответствии с предметными рубриками, расположенными в алфавитном порядке).

Вторичные непубликуемые документы включают регистрационные и информационные карты, учетные карточки диссертаций, указатели депонированных рукописей и переводов, картотеки «Конструкторская документация на нестандартное оборудование», информационные сообщения. К ним принято относить также вторичные документы, которые публикуются, но рассылаются по подписке (Бюллетени регистрации НИР и ОКР, сборники рефератов НИР и ОКР и др.).

Органы научно-технической и справочной информации представлены библиотеками (общими и специальными). В библиотеках основными формами обслуживания читателя являются: справочно-библиографическое; абонемент; ксерокопирование.

Ежегодно в мире издается около 500 тыс. книг в различных отраслях знаний, большое количество журналов, каталогов, справочников и т.п. Созданная мировая система Internet, объединяет десятки миллионов пользователей. Она является глобальной, объединяет региональные и корпоративные сети, создавая единый информационный простор путем использования стандартных протоколов передачи информации. Необходимо отметить, что развитие электронных средств информации не снижает актуальность дальнейшего развития документальных источников.

В научных исследованиях важное значение имеет режим доступа к информации. Это предусмотренные правовые нормы порядка получения, использования, сохранения и распространения информации. Режим доступа может быть *открытым* или *с ограниченным доступом*.

Информация с ограниченным доступом делится на:

– *конфиденциальную* – сведения, которые находятся во владении, использовании и распоряжении отдельных физических или юридических лиц и распространяются по их желанию в соответствии с оговоренными ими условиями. Граждане и юридические лица, которые владеют информацией профессионального, делового, производственного, банковского, коммерческого и другого характера, полученной за собственные деньги, или такой, которая является предметом их профессионального, делового, банковского, коммерческого или другого интереса и не нарушает установленной законом секретности, самостоятельно определяют режим доступа к ней, ее принадлежность к категории конфиденциальной и устанавливают для нее систему защиты;

– *секретную* – информация, содержащая сведения, которые составляют государственную или другую предусмотренную законом секретность и разглашение которых может нанести вред стране, обществу и гражданам. Доступ к такой информации устанавливается законодательством.

Для получения доступа к официальным документам существует специальный порядок *информационного запроса*, который может быть письменным или устным, индивидуальным или коллективным. Время изучения запроса на предмет возможности его удовлетворения не должен превышать десяти календарных дней. Удовлетворение запроса осуществляется в течение месяца, если другое не предусмотрено законом. Отсрочка в удовлетворении запроса допускается в случае, если запрашиваемый документ не может быть выдан для ознакомления в месячный срок.

Обязательное предоставление для ознакомления по информационному запросу не распространяется на официальные документы, содержащие информацию:

- отнесенную в установленном порядке к государственной секретности;
- конфиденциальную;
- об оперативной и исследовательской работе органов прокуратуры и дознания, МВД и суда;

- касающуюся личной жизни человека, а также документы внутриведомственной служебной корреспонденции.

В условиях рыночной экономики для лиц, осуществляющих научные исследования, большое значение имеет право собственности на ту или иную информацию. Это право регулируется специальными законодательными актами.

Цены и ценообразование на информационную продукцию и информационные услуги устанавливаются договорами.

Поиск информации. Справочно-библиографическое обслуживание

Умение быстро осуществлять поиск информации является важным условием продуктивности и качества самостоятельной работы.

Практической задачей, стоящей перед исследователем, является определение того, какая информация ему необходима. Вместе с тем нужно исключить избыточную информацию, то есть ту, что не имеет прямого отношения к объекту исследования. Таким образом, обеспечивается полнота информационной базы исследования.

Все элементы исследовательской деятельности тесно связаны со сбором, переработкой и хранением информации.

Необходимо отметить определяющую роль информации в изучении истории исследуемой проблемы. Знание истории вопроса и ранее использованной методики исследования позволяет избежать дублирования ранее выполненных работ и повторения прошлых ошибок, а также рассмотреть предмет в динамике, проследить общие тенденции и дальнейшие пути его развития и на этой основе строить научный прогноз.

Информационная база играет определяющую роль в формировании основного содержания будущей работы. В зависимости от состава и качества собранной информации может меняться не только план работы, но и направление самого исследования. Необходимо помнить, что не всякая информация может быть полезна для данного исследования, поэтому качественный отбор наиболее значимой для данного исследования информации очень важен.

В условиях машинной обработки информация объединяется в упорядоченный массив. Его структура включает в себе блок данных, файл, секцию файлов, набор файлов, сгруппированных в банк данных.

При проведении любого научного исследования необходима соответствующая информация, поиск которой – весьма сложное занятие в накопившемся море информации. По подсчетам американских специалистов, от 10 до 20 % научных исследований можно было бы не проводить, если бы была правильно подобрана информация по изучаемой проблеме. С другой стороны, они считают, что, если получение информации стоит менее 50 тыс. дол., то исследование проще повторить, тем более, что оно будет носить целенаправленный характер. Поиск может быть *ручным* (по библиографическим карточкам, картотекам, каталогам), *механическим* и *автоматизированным*. Для этого создается база данных, которая содействует формированию базы знаний.

При ручном поиске необходимых материалов используются библиографические каталоги с различным способом группировки записей в них:

- *алфавитный* – записи размещаются в алфавитном порядке фамилий авторов или наименований документов;
- *систематический* – записи размещаются по отраслям знаний в соответствии с установленной системой библиотечно-библиографической классификации. К этому каталогу обязательно поставляется вспомогательный аппарат в форме алфавитно-предметного указателя;
- *предметный* – записи размещаются в алфавитном порядке предметных рубрик;
- *географический* – наименования географических объектов размещаются в алфавитном порядке;
- *хронологический* – библиографические данные размещаются по годам издания документов и т.д.

Справочно-библиографическое обслуживание осуществляется специальными библиографическими отделами или бюро, системой каталогов (алфавитных, систематических, предметных, вспомогательных) и картотек (перечней всех материалов, выявленных по определенной тематике).

Библиотечные каталоги являются связующим звеном между книжным фондом и читателями библиотеки. Они выполняют различные функции, которые обеспечивают раскрытие содержания книжного фонда и целенаправленное руководство чтением читателей. Библиотечные каталоги имеют информационно-поисковую функцию, осуществляемую в процессе ручного поиска по каталогу, т. е. при сопоставлении запроса читателя с данными каталогами. *Каталог* – это перечень документальных источников информации, имеющихся в фондах данной библиотеки, т. е. упорядоченная совокупность карточек, содержащих библиографическое описание литературных источников.

Для обеспечения и ускорения поиска необходимой информации разработаны различные информационно-поисковые единицы классификационного типа. Наибольшее распространение получили две классификации: *международная библиографическая система универсальной десятичной классификации (УДК)* и *библиотечно-библиографической классификации (ББК)*. Для нормативно-технических документов используются *отраслевые конструкторско-справочные технические условия (ОКСТУ)*, для патентной документации – *Международная классификация изобретений (МКИ)*.

Наибольшее распространение получила *Универсальная десятичная классификация (УДК)*, которая используется более чем в 50 странах мира и юридически является собственностью Международной федерации по документации (МФД), отвечающей за дальнейшую разработку таблиц УДК, их состояние и издание. УДК является международной универсальной системой, позволяющей детально представить содержание документальных фондов и обеспечить оперативный поиск информации, обладает возможностью дальнейшего развития и совершенствования. Отличительными чертами УДК являются охват всех отраслей знаний, возможность неограниченного деления на подклассы, индексация арабскими цифрами, наличие развитой системы определителей и индексов.

УДК – это единый классификационный информационно-поисковый язык Государственной системы научно-технической информации. *Эталонными таблицами УДК* являются издания, подготовленные *Международной федерацией по документации*.

УДК состоит из основной и вспомогательных таблиц. *Основная таблица* содержит понятия и соответствующие им индексы, с помощью которых систематизируют человеческие знания. Первый ряд делений основной таблицы УДК состоит из классов от 0 до 9.

В классификации выделены десять разделов:

0 Общий раздел.

1 Философия. Психология.

2 Религия. Теология.

3 Общественные науки.

4 (Аннулирован в 1961 г.).

5 Математика. Природоведческие науки.

6 Прикладные науки. Медицина. Техника.

7 Искусство декоративное. Прикладное искусство. Музыка. Игры. Спорт.

8 Языковедение. Философия. Художественная литература. Литературоведение.

9 География. Биология. История.

Каждый из классов разделен на десять разделов, которые, в свою очередь, состоят из десяти более мелких подразделов и т. д.

Внутри каждого раздела применяется иерархическое построение от общего к частному с использованием того же десятичного кода. Детализация понятий осуществляется за счет удлинения индексов, при этом каждая последующая присоединяемая цифра не меняет

значения и смысла предыдущих, а лишь уточняет их, обозначая более частное, узкое понятие. Например: 5 – Математика. Естественные науки; 53 – Физика, 536 – Термодинамика и т. д. Развитие научных знаний, возникновение новых понятий в научной и практической деятельности людей обусловили возникновение нового информационно-поискового языка (ИПЯ) – *библиотечно-библиографической классификации*. ББК имеет более развитую систему классификаций и индексирования знаний. Основная (цифровая) часть ее буквенно-цифровых индексов строится по десятичному принципу. В ней широко используются знаки и принципы УДК, получившие в ББК дальнейшее развитие.

В основу системы предметных каталогов положен принцип распределения понятий в алфавитном порядке. По такому же принципу построены энциклопедические словари и предметные указатели книг, учебников.

Задачей предметного каталога является группировка литературы по ее содержанию, конкретным предметам или объектам изучения, но не в логической последовательности, а по алфавиту названий предметных рубрик. Поэтому в предметном каталоге соседствуют материалы, которые в систематическом каталоге были бы размещены в различных ящиках.

Поиск и отбор информационных материалов – взаимосвязанный процесс. Необходимо научиться отыскивать в море информации только нужные сведения, факты, идеи. Первичной информации в море новой литературы содержится не более 25 %, остальная – вторичная. Задача заключается в том, чтобы отыскать в информационном потоке оригинальные издания и отсеять все остальное, найти такую информацию, которая является наиболее ценной и актуальной в данный момент.

Для эффективного использования информации необходимо:

- научиться быстро, с наименьшей затратой сил следить за потоком новой информации;
- рационально выбирать из информационного потока книги, статьи и другие материалы по конкретной теме;
- оперативно и полно извлекать из отобранных материалов нужную информацию.

Знакомиться с источниками следует в порядке, обратном хронологическому, то есть вначале целесообразно изучить самые свежие публикации, затем – прошлогодние, потом – двухгодичной давности и т. д.

Подбор книг и статей следует производить с использованием систематических указателей литературы в городских библиотеках, читальном зале вуза и методических кабинетах кафедр. При изучении периодических изданий лучше использовать последние в году номера журналов, где помещается указатель статей, опубликованных за год.

Для подбора изданий по интересующей теме могут быть использованы списки литературы, содержащиеся в уже проведенных исследованиях на соискание ученых степеней, опубликованных монографиях.

Чтобы из большого объема информации извлечь требуемую в короткий срок, целесообразно выполнять определенную последовательность действий, помогающую почерпнуть главное в любом издании, не читая его целиком. В издании изучается: заглавие; фамилия автора; наименование издательства (или учреждения, выпустившего книгу); время издания; количество изданий (первое, второе и т. д.); аннотация; оглавление; введение или предисловие; справочно-библиографический аппарат (список литературы, указатели и т. д.); иллюстративный материал и первые предложения абзацев в представляющих интерес главах.

При изучении заглавия следует сопоставить его с темой вашей будущей работы. Если заглавие совпадает с темой или уже ее, то представлять интерес будет весь материал публикации. Если заглавие шире темы, то будет интересна только часть издания. Известность автора важна для исследователя. Если автор широко известен, то книга будет содержать устоявшиеся положения. Если автор малоизвестен, то к материалу следует подходить с критических позиций и обращать внимание на доказательство приводимых положений. Работы малоизвестных авторов не менее важны, чем публикации маститых ученых. Как правило, малоизвестные авторы – это начинающие исследователи. Именно они выдвигают и

доказывают новые положения. Эти новые положения могут использоваться вами в качестве направлений собственных исследований или подвергаться критике.

Аннотация помещается в начале книги и содержит, как правило, цель подготовки издания и характеристику потенциального круга читателей. На основе этих данных имеется возможность оценить, насколько близка книга к проводимым исследованиям.

Оглавление раскрывает структуру издания, позволяет получить информацию о поставленных проблемах. На основе изучения оглавления следует определить, какая часть издания будет особенно полезна для исследований.

Во введении или предисловии наиболее часто раскрываются причины анализа исследуемых проблем, более подробно раскрывается цель книги.

Справочно-библиографический аппарат позволяет судить об обоснованности выдвигаемых автором положений в трудах других авторов. Следует просмотреть список литературы, приводимый в конце издания, а также библиографические ссылки в тексте. Изучив список литературы, можно получить информацию о проведенных исследованиях в изучаемой области.

Иллюстративный материал в представляющих интерес главах позволяет в кратчайший срок уяснить основные положения по исследуемым проблемам. Наличие рисунков, графиков, схем свидетельствует о высоком качестве проработки автором изучаемых проблем.

Поскольку первое предложение, как правило, отражает основную мысль абзаца, то для понимания смысла текста в целом достаточно прочитать начальные предложения абзацев.

При подборе литературы ни в коем случае не следует поддаваться соблазну взять много экземпляров. Чем больше будет собрано научных источников, тем большую долю среди них будут составлять не очень нужные для работы публикации.

Необходимо составлять библиографическое описание отобранных изданий, которое производится в строгом соответствии с порядком, установленным для библиографического описания произведений печати. Записать правильно источник информации – дело минутное, но эта минута поможет сберечь часы работы. Для обеспечения работы с литературой запись сведений о ней – библиографическое описание – удобнее всего делать на стандартных библиотечных карточках или перфокартах.

После проведения информационно-поисковой работы по заданной проблеме научного исследования начинается камеральная работа – обработка, анализ и обобщение материалов литературных и статистических источников.

В процессе анализа и обобщения социально-экономической информации необходимо особое внимание уделить установлению взаимосвязей и взаимозависимости рассматриваемых процессов и явлений. Это позволит сформулировать основные выводы и практические рекомендации с целью конкретного их использования в исследованиях и практической деятельности.

Важным элементом творческой работы является целенаправленное изучение научной литературы, что позволит:

- выявить достижения и недостатки в изучаемой проблеме;
- установить основные тенденции во взглядах исследователей на проблему с учетом уже достигнутого в науке;
- установить актуальность и уровень изученности проблемы;
- обеспечить достоверность выводов и результатов исследований, его связь с общим развитием науки.

Работу с литературой рекомендуется проводить поэтапно:

- ознакомление с заглавием (о чем?), автором (кем написана, что известно об авторе) и содержанием, прочтение аннотации, предисловия (введения). Если материал не по теме, прекратить просмотр, чтобы не терять времени;
- просмотр книги, если ознакомление не позволило решить вопрос о ее ценности и целесообразности чтения;

- сплошное чтение без систематического конспектирования;
- штудирование – углубленная работа над книгой, конспектирование по каждой главе, выводы из прочитанного с критической оценкой изложенного материала.

Чтение бывает *рецептивным* – научно-образовательное, произведения первоклассных авторов и *информационное* – для целей проводимого исследования и ориентировки в общем современном состоянии интересующей отрасли знаний.

Конспект должен быть сжатым, без излишних подробностей, с последовательным и связанным изложением, обобщением выводов.

Выписки из научно-технической литературы производятся на карточки и должны сопровождаться библиографическими сведениями: автор, заглавие книги, место издания, издательство, год, количество страниц. Для газет и журналов к этому надо добавить их номер и страницы, на которых материал размещен. Хранение выписок целесообразно в отдельных папках с указанием на них тем и вопросов. Папка – школа порядка.

Информационное обеспечение является важной составляющей научного исследования. От его полноты и качества в значительной степени зависят конечные результаты: будут ли они повторением уже ранее сделанного или пополнят науку новыми достижениями и практическими рекомендациями, повышающими эффективность общественного производства в целом, его отдельных отраслей, объединений или предприятий.

Качество информации в научном исследовании определяется по следующим критериям: целевое назначение, ценность, надежность, достоверность, достаточность (полнота), быстродействие, периодичность, детерминистический характер, дискретность, непрерывность, способ и форма представления.

Прежде всего исследователями необходимо установить целевое назначение, поскольку одна и та же информация может использоваться для различных целей: создания новых концепций, установления и решения проблем, поиска и т.д.

Ценность информации определяется экономическим эффектом, который дает ее использование.

Практической задачей, стоящей перед исследователем, является определение того, какая информация ему необходима. Вместе с тем нужно исключить избыточную информацию, то есть ту, что не имеет прямого отношения к объекту исследования. Таким образом обеспечивается полнота информационной базы исследования.

Все элементы исследовательской деятельности тесно связаны со сбором, переработкой и хранением информации. В связи с этим научное исследование представляет собой информационный процесс, включающий:

- исходную первичную и вторичную информацию;
- переработку этой информации в соответствии с логикой и методологией исследования;
- получение новой информации в логических формах.

В современных условиях с ростом требований к обоснованности научных исследований возрастает роль информации.

Необходимо отметить определяющую роль информации в изучении истории исследуемой проблемы. Знание истории вопроса и ранее использованной методики исследования позволяет избежать дублирования ранее выполненных работ и повторения прошлых ошибок, а также рассмотреть предмет в динамике, проследить общие тенденции и дальнейшие пути его развития и на этой основе строить *научный прогноз*.

Велика роль информационной базы в создании *гипотезы*, являющейся отправной точкой в логической последовательности научных исследований, в разработке рабочего плана будущей работы, формировании ее глав, параграфов и пунктов. При его составлении необходимо учитывать ограниченность объема работы, что соответственно предъявляет особые требования к отбору материала.

Определяющую роль играет *информационная база* в формировании основного содержания будущей работы. В зависимости от состава и качества собранной информации может меняться

не только план работы, но и направление самого исследования. В связи с этим необходимо помнить, что не всякая информация может быть полезна для данного исследования. Именно поэтому отбор наиболее значимой для данного исследования информации, умение определить ее место в нем является необходимым условием правильного выбора содержания информации.

Количественные и качественные характеристики информации

Возможен ряд подходов к оценке качества информации. Наиболее существенными из них являются *синтаксический, семантический, прагматический и алгоритмический*. На рис. 1.1 представлена классификация мер информации.

На синтаксическом уровне для определения количества информации используются два подхода: *объемный* и *статистический* (вероятностный, энтропийный).

В *объемном подходе* синтаксическая мера количества информации оперирует с обезличенной информацией, не выражающей смыслового отношения к объекту. При этом учитываются тип носителя и способ представления информации, скорость передачи и обработки, размеры кодов представления информации.

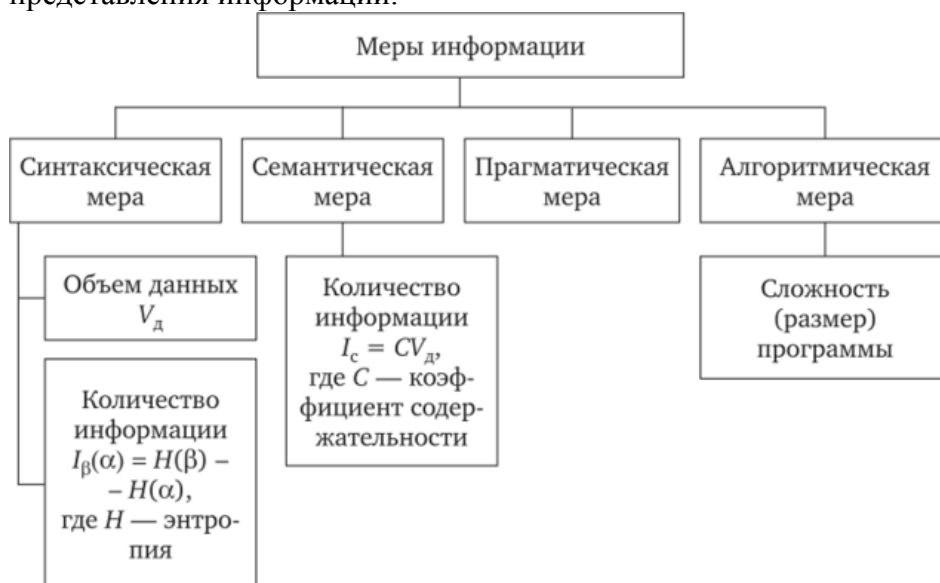


Рисунок 1.1. – Классификация мер информации

Объем данных понимается в техническом смысле этого слова как информационный объем сообщения или как объем памяти, необходимый для хранения сообщения без каких-либо изменений. При этом прагматический аспект не рассматривается.

Объем данных понимается в техническом смысле этого слова как информационный объем сообщения или как объем памяти, необходимый для хранения сообщения без каких-либо изменений. При этом прагматический аспект не рассматривается.

Информационный объем сообщения измеряется в битах и равен количеству двоичных цифр (0 и 1), которыми закодировано сообщение.

В компьютерной практике понятие «бит» используется также как единица измерения объема памяти.

Количество информации на синтаксическом уровне определяется также на основе статистического (вероятностного) подхода через понятие энтропии системы.

Статистический подход представлен в обширном разделе кибернетики – *теории информации*, которая занимается математическим описанием и оценкой методов передачи, хранения, извлечения и классификации информации. Теория информации в математической основе использует методы теории вероятности, математической статистики, линейной алгебры и др. В статистической теории основное внимание обращается на распределение вероятности появления отдельных событий и построение на его основе обобщенных характеристик, позволяющих оценить количество информации в одном событии либо в их совокупности. Количественной мерой информации стала *энтропия*. Чтобы возник процесс

передачи, должны иметь место источник информации и потребитель. Источник выдает сообщение, потребитель, принимая сообщение, принимает при этом информацию о состоянии источника. В статистической теории, как выше указывалось, не изучается содержание информации. Предполагается, что до получения информации имела место некоторая неопределенность. С получением информации эта неопределенность снимается. Таким образом, статистическая количественная характеристика информации — это мера снимаемой в процессе получения информации неопределенности системы.

Следует отметить, что понятие энтропии исторически использовалось для оценки меры неопределенности состояния любой системы. Чем больше энтропия системы, тем больше неопределенность ее состояния; и тем большую информацию получаем, когда эта неопределенность снимается. Энтропия как количественная мера информации обладает следующими свойствами.

- Функция энтропии является непрерывной относительно вероятности возникновения событий и для дискретных событий имеет наибольшее значение при равной вероятности их появления. Если возможно появление лишь одного события, то априорной неопределенности нет, поэтому количество информации и энтропия равны нулю.
- При равновероятных событиях функция энтропии возрастает с увеличением числа событий в ансамбле, а поэтому для повышения информативности символов необходимо увеличивать основание системы счисления используемого кода.
- Функция энтропии не зависит от пути выбора событий. Это свойство вытекает из аддитивности статической меры информации и, как следствие, аддитивности функции энтропии.

Таким образом, статистическая теория позволяет дать плодотворные оценки количества информации для такого важного этапа информационного процесса в системе, как передача. Заложенные еще К. Шенноном принципы количественной оценки на основе функции энтропии сохраняют свою значимость до настоящего времени и являются полезными при определении информативности символов и сообщений, при оценке оптимальности построения кода на основе критериев избыточности.

В современных системах обработки информации и управления существенное место занимает подготовка информации для принятия решения и сам процесс принятия решения в системе. Здесь существенную помощь может оказать семантическая теория, позволяющая вскрыть смысл и содержание информации, выражаемой на естественном либо близком ему языке. С увеличением объема производства и его сложности количество информации, необходимое для принятия безошибочного решения, непрерывно возрастает. В этих условиях необходимо осуществлять отбор информации по некоторым критериям, т.е. предоставлять руководителю либо лицу, принимающему решение, своевременную и полезную информацию. С учетом ошибок, которые могут возникать в информации в связи с действиями оператора, отказами технических средств в др., избыточность допускается лишь как средство борьбы с ошибками. В этом смысле можно считать, что избыточность способствует сохранению ценности информации, обеспечивая требуемую верность. В рамках семантического подхода ценность информации можно задать через функцию потерь.

Следует отметить, что данная интерпретация ценности имеет сугубо технический характер. Конструктивным выходом из нее является такое разбиение входной величины x , при котором удается максимизировать ценность. В общем случае ценность информации, поступающей от материального объекта, является функцией времени. Анализ информации, используемой для принятия решения в реальных системах, позволил найти функции ценности. Эти функции задают предельные временные интервалы, в течение которых имеет смысл использовать данную информацию. При принятии решения обычно используется не только информация о материальном объекте, но и информация об условных распределениях критериальных оценок последствий различных альтернативных решений. В этом случае резко уменьшается число предпочтительных альтернатив и удается принять решение, базируясь на качественно

неполной информации. В ряде практических случаев решение принимается с использованием субъективных критериев. При этом приходится применять большой объем информации, ужесточать требования к согласованности и непротиворечивости исходной информации. Принцип принятия решений по своей методологии требует сохранения содержания качественных понятий на всех этапах использования информации при общей оценке альтернативных решений. Кроме того, исключается сложная информация, при которой лицо, принимающее решение, должно иметь дело с громоздкими задачами. Используют замкнутые процедуры выявления предпочтений, т.е. процедуры, в которых имеется возможность проверить предпочтение на непротиворечивость и транзитивность. Можно отметить, что семантическая теория требует дальнейшей серьезной проработки, однако уже сейчас при принятии решений существует ряд методов, позволяющих оценивать смысловое содержание информации.

Семантический подход, как уже было отмечено, базируется на смысловом содержании информации. Термин «семантика» исторически применялся в металогики и семиотике. В металогики под семантикой понимают изучение связей между знакосочетаниями, входящими в состав какого-либо формализованного языка, и их интерпретациями (истолкованиями) в терминах той системы понятий и представлений, формализацией которого служит данный язык. В более узком смысле под семантикой подразумевают совокупность правил соответствия между формальными выражениями и их интерпретацией. Под семиотикой понимают комплекс научных теорий, изучающих свойства знаковых систем, т.е. систем конкретных или абстрактных объектов, с каждым из которых сопоставлено некоторое значение. Примерами знаковых систем являются естественные языки, а также искусственные языки, такие, как алгоритмические языки, языки программирования, информационные языки и др.

Источники информации о реализуемых НИОКР

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) – совокупность работ, направленных на получение новых знаний и практическое применение при создании нового изделия или технологии.

НИОКР включают в себя:

Научно-исследовательские работы (НИР) — работы поискового, теоретического и экспериментального характера, выполняемые с целью определения технической возможности создания новой техники в определенные сроки. НИР подразделяются на фундаментальные (получение новых знаний) и прикладные (применение новых знаний для решения конкретных задач) исследования.

Опытно-конструкторские работы (ОКР) и технологические работы (ТР) — комплекс работ по разработке конструкторской и технологической документации на опытный образец, по изготовлению и испытаниям опытного образца изделия, выполняемых по техническому заданию.

Процесс выполнения НИОКР может состоять из одной или нескольких стадий. В **научно-технической деятельности** под стадией (этапом) понимается совокупность работ, характеризующаяся признаками их самостоятельного планирования и финансирования, направленная на получение предусмотренных результатов и подлежащая обособленной приемке. Каждый отдельный этап может являться самостоятельным **результатом интеллектуальной деятельности**, факт внедрения которого не зависит от момента окончания работ в целом. В зависимости от *жизненного цикла изделий*, могут быть выделены следующие типовые этапы НИОКР:

Исследование

- Проведение исследований, разработка **технического предложения** (аванпроекта);
- Разработка **технического задания** на опытно-конструкторские (технологические) работы.

Разработка

- Разработка эскизного проекта;

- Разработка технического проекта;
- Разработка рабочей конструкторской документации на изготовление опытного образца;
- Изготовление опытного образца;
- Проведение испытаний опытного образца;
- Отработка документации;
- Утверждение рабочей конструкторской документации для организации промышленного (серийного) производства изделий.

Поставка продукции на производство и эксплуатация

- Корректировка конструкторской документации по выявленным скрытым недостаткам;
- Разработка эксплуатационной документации.

Ремонт

- Разработка рабочей конструкторской документации на проведение ремонтных работ.

Снятие с производства

- Разработка рабочей конструкторской документации на утилизацию.

Виды НИОКР

В соответствии с нормативным регулированием по способу учёта затрат НИОКР подразделяются на:

Товарные НИОКР (текущие, заказные) — работы, относящиеся к обычному виду деятельности организации, результаты которых предназначены для реализации заказчику.

Капитальные НИОКР (инициативные, для собственных нужд) — работы, затраты по которым являются вложениями в долгосрочные активы организации, результаты которых используются в собственном производстве и/или предоставляются в пользование другим лицам.

Договор на выполнение НИОКР

Порядок выполнения Товарных НИОКР регулируется договором на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ. Законодательство РФ выделяет два вида данного договора:

1. Договор на выполнение научно-исследовательских работ (НИР). По договору на выполнение НИР исполнитель обязуется провести обусловленные техническим заданием заказчика научные исследования.
2. Договор на выполнение опытно-конструкторских и технологических работ (ОКР). По договору на выполнение ОКР исполнитель обязуется разработать образец нового изделия, конструкторскую документацию на него или новую технологию.

Сторонами договора на выполнение НИОКР являются исполнитель и заказчик. Исполнитель обязан провести научные исследования лично. Привлекать к исполнению НИР соисполнителей допускается только с согласия заказчика. При выполнении ОКР исполнитель вправе привлекать третьих лиц, если иное не предусмотрено договором. К отношениям исполнителя с третьими лицами в случае их привлечения к выполнению НИОКР применяются правила о генеральном подрядчике и субподрядчике.

В отличие от других видов обязательств договоры на выполнение НИОКР характеризуются:

- Наличием *технического задания*, в котором определяется тематика работ, устанавливается объект разработки, практическое использование планируемых результатов, технико-экономические параметры и требования к уровню разработки объекта. Кроме того, техническое задание устанавливает этапы выполнения работ, программу исследования и перечень документации и изделий, подлежащих сдаче при приемке выполненных по договору работ.
- Установлением распределения прав сторон на полученные результаты работ. Права на полученные результаты могут принадлежать заказчику или исполнителю либо заказчику и исполнителю совместно.

- Установлением уровня разработок, определяющего статус полученного результата как объект интеллектуальной собственности или неохраемый интеллектуальный продукт.
- Обязательствами о конфиденциальности сведений, относящихся к результатам интеллектуальной деятельности.

Специфической особенностью НИОКР является то, что для данных видов работ велик риск неполучения, по объективным причинам, результата, установленного в техническом задании. Риск случайной невозможности исполнения договоров на выполнение НИОКР несет заказчик, если иное не предусмотрено законом или договором. Исполнитель обязан незамедлительно информировать заказчика об обнаруженной невозможности получить ожидаемые результаты или о нецелесообразности продолжения работы. Обязанность доказательства факта невозможности получить предусмотренный результат лежит на исполнителе. Решение о прекращении работ принимается заказчиком.

При выполнении Капитальных НИОКР, функции заказчика и исполнителя осуществляются одним и тем же лицом и составления договора, следовательно, не требуется. Таким образом, условия выполнения Капитальных НИОКР определяются техническим заданием и календарным планом (планом научных работ), утверждённым исполнительным органом организации и/или научно-техническим советом. Факт окончания работ и полученный результат устанавливаются в техническом акте, утверждённом исполнительным органом организации.

Организация НИОКР

Основными *задачами НИОКР* являются:

- получение новых знаний в области развития природы и общества, новых областей их применения;
- теоретическая и экспериментальная проверка возможности материализации в сфере производства разработанных на стадии стратегического маркетинга нормативов конкурентоспособности товаров организации;
- практическая реализация портфеля новшеств и инноваций. Реализация перечисленных задач позволит повысить эффективность использования ресурсов, конкурентоспособность организаций, жизненный уровень населения.

Основными *принципами НИОКР* являются:

- выполнение ранее рассмотренных научных подходов, принципов, функций, методов менеджмента при решении любых проблем, разработке рациональных управленческих решений. Количество применяемых компонентов научного менеджмента определяется сложностью, стоимостью объекта управления и другими факторами;
- ориентация инновационной деятельности на развитие человеческого капитала.

НИОКР подразделяются на следующие *этапы (виды) работ*:

- фундаментальные исследования (теоретические и поисковые);
- прикладные исследования;
- опытно-конструкторские работы;
- опытные, экспериментальные работы, которые могут выполняться на любом из предыдущих этапов.

Результаты *теоретических исследований* проявляются в научных открытиях, обосновании новых понятий и представлений, создании новых теорий. *К поисковым* относятся исследования, задачей которых является открытие новых принципов создания изделий и технологий; новых, не известных ранее свойств материалов и их соединений; методов менеджмента. В поисковых исследованиях обычно известна цель намечаемой работы, более или менее ясны теоретические основы, но отнюдь не конкретные направления. В ходе таких

исследований находят подтверждение теоретические предположения и идеи, хотя они иногда могут быть отвергнуты или пересмотрены.

Приоритетное значение фундаментальной науки в развитии инновационных процессов определяется тем, что она выступает в качестве генератора идей, открывает пути в новые области. Но вероятность положительного выхода фундаментальных исследований в мировой науке составляет лишь 5%. В условиях рыночной экономики заниматься этими исследованиями не может себе позволить отраслевая наука. Фундаментальные исследования должны, как правило, финансироваться за счет бюджета государства на конкурсной основе, а также могут частично использовать и внебюджетные средства.

Прикладные исследования направлены на изучение путей практического применения открытых ранее явлений и процессов. Они ставят своей целью решение технической проблемы, уточнение неясных теоретических вопросов, получение конкретных научных результатов, которые в дальнейшем будут использованы в *опытно-конструкторских работах* (ОКР).

ОКР — завершающая стадия НИОКР, это своеобразный переход от лабораторных условий и экспериментального производства к промышленному производству. Под разработками понимаются систематические работы, которые основаны на существующих знаниях, полученных в результате *научных исследований и разработок* (НИР) и/или практического опыта. Разработки направлены на создание новых материалов, продуктов или устройств, внедрение новых процессов, систем и услуг или значительное усовершенствование уже выпускаемых или введенных в действие. К ним относятся:

- разработка определенной конструкции инженерного объекта
- или технической системы (*конструкторские работы*);
- разработка идей и вариантов нового объекта, в том числе нетехнического, на уровне чертежа или другой системы знаковых средств (*проектные работы*);
- разработка технологических процессов, т.е. способов объединения физических, химических, технологических и других процессов с трудовыми в целостную систему, производящую определенный полезный результат (*технологические работы*);
- создание опытных образцов (оригинальных моделей, обладающих принципиальными особенностями создаваемого новшества);
- испытание опытных образцов в течение времени, необходимого для получения технических и прочих данных и накопления опыта, что должно в дальнейшем найти отражение в технической документации по применению нововведений;
- определенные виды проектных работ для строительства, которые предполагают использование результатов предшествующих исследований.

Опытные, экспериментальные работы — вид разработок, связанный с опытной проверкой результатов научных исследований. Опытные работы имеют целью изготовление и отработку опытных образцов новых продуктов, отработку новых (усовершенствованных) технологических процессов. Экспериментальные работы направлены на изготовление, ремонт и обслуживание специального (нестандартного) оборудования, аппаратуры, установок, стендов, макетов, необходимых для проведения НИОКР. Опытная база науки — совокупность опытных производств (завод, цех, мастерская, опытно-экспериментальное подразделение, опытная станция и т.п.), выполняющих опытные, экспериментальные работы.

Таким образом, целью ОКР является создание (модернизация) образцов новой техники, которые могут быть переданы после соответствующих испытаний в серийное производство или непосредственно потребителю. На стадии ОКР производится окончательная проверка результатов теоретических исследований, разрабатывается соответствующая техническая документация, изготавливаются и испытываются образцы новой техники. Вероятность получения желаемых результатов повышается от НИР к ОКР.

Завершающей стадией НИОКР является освоение промышленного производства нового изделия. Следует рассматривать следующие *уровни (области) внедрения результатов НИОКР*:

1. Использование результатов НИР в других научных исследованиях и разработках, являющихся развитием законченных НИР либо выполняющихся в рамках других проблем и направлений науки и техники.
2. Использование результатов НИОКР в экспериментальных образцах и лабораторных процессах.
3. Освоение результатов ОКР и экспериментальных работ в опытном производстве.
4. Освоение результатов НИОКР и испытания опытных образцов в серийном производстве.
5. Широкомасштабное распространение технических новшеств в производстве и насыщение рынка (потребителей) готовыми изделиями.

Организация НИОКР базируется на следующих *межотраслевых системах документации*:

- Государственная система стандартизации (ГСС);
- Единая система конструкторской документации (ЕСКД);
- Единая система технологической документации (ЕСТД);
- Единая система технологической подготовки производства (ЕСТПП);
- Система разработки и постановки продукции в производство (СРПП);
- Государственная система качества продукции;
- Государственная система «Надежность в технике»;
- Система стандартов безопасности труда (ССБТ) и др.

Результаты опытно-конструкторских работ оформляются в соответствии с требованиями ЕСКД. Система ЕСКД – это комплекс государственных стандартов, устанавливающих единые, взаимосвязанные правила и положения по составлению, оформлению и обращению конструкторской документации; разрабатываемой и применяемой в промышленности, научно-исследовательскими, проектно-конструкторскими организациями и предприятиями. В ЕСКД учтены правила, положения, требования, а также положительный опыт оформления графических документов (эскизов, схем, чертежей и т.п.), установленных рекомендациями международных организаций — ИСО, МЭК и др.

ЕСКД предусматривает повышение производительности труда конструкторов; улучшение качества проектно-конструкторской документации, углубление внутримашинной и межмашинной унификации; обмен чертежно-технической документацией между организациями и предприятиями без переоформления; упрощение форм конструкторской документации, графических изображений, внесение в них изменений, возможность механизации и автоматизации обработки технических документов и дублирование их (Автоматизированная система управления (АСУ), Система автоматизированного проектирования (САПР)).

Патентно-лицензионная деятельность

Одним из вопросов организации НИОКР является *патентно-лицензионная деятельность*. Возникновение правового регулирования интеллектуальной собственности на международном уровне связывают с *Парижской конвенцией (1883)* по охране промышленной собственности, регулированию использования патентов, товарных названий и др., предусматривающей меры наказания за их незаконное использование. Право на интеллектуальную собственность определено в *III Международном пакте об экономических, социальных и культурных правах*. СССР с целью обеспечения защиты отечественного приоритета на изобретения присоединился к Парижской конвенции с 1 июля 1965 г. В настоящее время законодательство России отражает содержание и направленность большинства международных правовых актов в этой области.

Центральное место при зарубежном патентовании изобретений занимает вопрос о предоставлении так называемого конвенционного приоритета. Речь идет о принятии во внимание даты первоначальной заявки на патентование в одной из стран – участниц конвенции, которая определяется в пределах не более 1 года со дня подачи этой заявки. Отсюда новизна изобретения определяется по дню первоначальной заявки, а не по дню заявки в данной стране. Этот льготный год дает возможность определить коммерческие возможности

использования изобретения (например, продажа лицензии), более тщательно провести подготовку материалов, необходимых для оформления заявки за границей, организовать рекламу изобретения и т.д. Конвенция предусматривает предоставление временной (в течение одного года) охраны изобретениям, если они экспонируются на международных выставках и ярмарках.

Оформление прав на изобретение осуществляется путем получения авторского свидетельства или патента. Авторское свидетельство удостоверяет признание предложения изобретением, приоритет изобретения и авторство лица на полученное им изобретение. Оно имеет территориальное действие, т.е. изобретение, удостоверяемое им, не может беспрепятственно и безвозмездно использоваться и в других странах, если оно там не запатентовано.

Патент – это документ, удостоверяющий авторство предоставляющий его владельцу исключительное право на изобретение. Под этим подразумевается, что никто не может использовать изобретение без согласия владельца патента. По существу, патент – это титул собственности на изобретение, подкрепляющийся промышленным образцом или регистрацией товарного знака. Согласие на использование изобретения в этом случае выражается путем выдачи (продажи) лицензии на частичное использование или полную передачу патентных прав.

В России все вопросы патентной защиты регулируются Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (*Роспатент*), которая в соответствии с *Патентным законом РФ от 23 сентября 1992 г.* осуществляет единую политику в области охраны объектов промышленной собственности, принимает к рассмотрению заявки на изобретения, полезные модели и промышленные образцы, осуществляет государственную регистрацию, выдает патенты, публикует официальные сведения, издает патентные правила и т.д. Патентный закон РФ определяет сроки действия патентов, которые зависят от вида представляемой на государственную регистрацию промышленной собственности. Патент на изобретение действует в течение 20 лет с даты поступления заявки в Роспатент. Свидетельство на полезную модель действует в течение 5 лет. Причем по ходатайству патентообладателя оно может быть продлено Роспатентом на срок до 3 лет. Патент на промышленный образец действует в течение 10 лет и может быть продлен на срок до 5 лет.

Патентный закон РФ определяет совокупность критериев патентоспособности объектов промышленной собственности. Под ними понимаются условия, которым должен удовлетворять данный объект для получения его создателем охранного патента. *Полезным моделям* правовая охрана предоставляется, если они являются новыми и промышленно применимыми в отраслях народного хозяйства. *Промышленному образцу*, под которым понимается художественно-конструктивное решение изделия, определяющее его внешний вид, предоставляется правовая охрана, если он является новым, оригинальным и промышленно применимым в отраслях народного хозяйства.

В Патентном законе РФ дается перечень объектов интеллектуальной собственности, которые не признаются патентоспособными. Так, в качестве изобретений и полезных моделей не охраняются:

- научные теории и математические методы;
- методы организации и управления хозяйством;
- условные обозначения, расписания, правила;
- методы выполнения умственных операций;
- алгоритмы и программы для вычислительных машин;
- проекты и схемы планировки сооружений, зданий, территорий;
- решения, касающиеся только внешнего вида изделий, направленных на удовлетворение эстетических потребностей;
- технологии интегральных микросхем;
- решения, противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали;

- решения, обусловленные исключительно тактической функцией изделия;
- объекты архитектуры (кроме малых архитектурных форм), промышленных, гидротехнических и других стационарных сооружений;
- печатная продукция как таковая;
- объекты неустойчивой формы из жидких, газообразных, сыпучих или им подобных веществ.

Порядок оформления патента регулируется Патентным законом РФ.

Лицензирование представляет собой одну из основных форм торговли технологиями, включающей сделки с патентами, лицензиями, ноу-хау и т.д. *Лицензия* – это разрешение отдельным лицам или организациям использовать изобретение, защищенное патентом, технические знания, технологические и конструкторские секреты производства, товарный знак и т.п. Предоставление лицензии является коммерческой операцией и объектом договора о продаже (покупке), согласно которому владелец патента (*лицензиар*) выдает своему контрагенту (*лицензиату*) лицензию на использование в определенных пределах своих прав на патенты, ноу-хау, товарные знаки и т.д.

Лицензирование осуществляется путем принятия заинтересованными сторонами *лицензионного соглашения* – договора, в соответствии с которым собственник изобретения, технологических Знаний, опыта и секретов производства выдает своему контрагенту лицензию на использование интеллектуальной собственности. В соглашении определяются производственная сфера и территориальные границы использования предмета лицензии. Лицензионное соглашение может предусматривать комплексную передачу нескольких патентов и связанного с ними ноу-хау. В этом случае лицензионное соглашение, как правило, предусматривает оказание лицензиаром комплекса сопутствующих инжиниринговых (инженерно-консультационных) услуг, включая проектирование, организацию лицензионного производства, ноу-хау, пусконаладочные работы, подготовку кадров и т.д. Лицензионные соглашения делятся на само стоят самостоятельные, которые предусматривают, что технология или технологические знания передаются независимо от места и условий их предстоящего использования, и сопутствующие, когда одновременно с передачей лицензии заключается контракт на строительство, поставку оборудования и комплектующих узлов или оказание инжиниринговых услуг.

Вознаграждение продавцу (лицензиару) за предоставление права покупателю (лицензиату) на использование предмета лицензионного соглашения осуществляется посредством лицензионных платежей, которые могут быть в виде периодических отчислений от дохода покупателя в течение периода действия соглашения или единовременного платежа, устанавливаемого заранее на основании экспертных оценок. Периодические отчисления (*роялти*) могут определяться как выплата процента от оборота, стоимости чистых продаж лицензионной продукции или устанавливаться в расчете на единицу выпускаемой продукции. Единовременный платеж выступает как форма *паушального платежа*, предусматривающего передачу технической документации от лицензиара. Возможны различные сочетания приведенных форм лицензионного вознаграждения.

Государственная система научно-технической информации. Сервис интернет

Чтобы собрать полную и достоверную информацию по интересующей теме необходимо воспользоваться продуктом деятельности *Государственной системы научно-технической информации (ГСНТИ)*.

ГСНТИ

ГСНТИ представляет собой совокупность всероссийских, региональных, ведомственных и низовых органов НТИ, призванных профессионально заниматься сбором, хранением, аналитической переработкой всей имеющейся и вновь появляющейся информации.

Национальные информационные ресурсы – новая экономическая категория становятся одним из важных факторов развития страны. Опыт показывает, что их активизация, распространение и эффективное использование позволяют получить существенную экономию других видов ресурсов – сырья, энергии, полезных ископаемых, материалов и оборудования.

Информационное обеспечение связано с удовлетворением информационных запросов потребителей самого разнообразного типа: как организаций, учреждений, так и отдельных лиц. В этом случае в качестве информационного обеспечения выступают не только статистические данные, данные социологических опросов, данные архивов и пр. официальных учреждений, но и такие типы информации, как книжные и журнальные публикации, научные отчеты, диссертации и др.

В современных условиях все большее значение в обеспечении информацией приобретают службы и центры анализа информации: Всероссийский институт научной и технической информации (ВИНИТИ), Всероссийский научно-технический информационный центр (ВНТИЦ), Институт общественной информации по общественным наукам (ИНИОН), Российская государственная библиотека (РГБ), Государственная публичная научно-техническая библиотека (ГПНТБ), Всероссийская книжная палата (ВКП) и др.

ИНИОН

Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН, созданный в 1969 году, является крупнейшим центром научной информации в области социальных и гуманитарных наук. ИНИОН широко известен отечественной и мировой научной общественности своими реферативными, библиографическими и аналитическими изданиями, автоматизированной информационной системой по общественным наукам и Фундаментальной библиотекой, насчитывающей более 13,5 млн. книг и периодических изданий.

Задачами ИНИОН являются:

- подготовка, издание и распространение работ научно-аналитического, реферативного, библиографического и справочного характера;
- создание и развитие автоматизированных баз данных;
- библиотечное обслуживание российских и зарубежных пользователей;
- депонирование научных рукописей (информация о них затем помещается в соответствующих библиографических указателях, базах данных, в том числе в сети Интернет);
- выполнение заказов на изготовление копий документов, имеющихся в фондах библиотеки (ксерокопии, микрофиши, микрофильмы, машиночитаемые носители);
- координация информационной деятельности в области социальных и гуманитарных наук в целях формирования в России единого информационного пространства.

Библиографические базы данных ИНИОН по социальным и гуманитарным наукам ведутся с 1980 года. Общий объем массивов составляет более 3 млн. записей. Ежегодный прирост - 80-100 тыс. записей. На 01.06.2003 в Интернет и на компакт-дисках доступно около 2,94 млн. записей.

В базы данных включаются аннотированные описания книг и статей из журналов и сборников на 140 языках мира, поступивших в библиотеку ИНИОН.

Описания статей и книг в базах данных ИНИОН теперь снабжены динамическими ссылками на полные тексты источников из электронного хранилища ИНИОН и из электронных издательств (101 электронный журнал издательств Elsevier и Kluwer из Научной электронной библиотеки). В электронном хранилище находится более 20.500 документов в формате PDF и 14.601 документа в формате RTF.

В фонде ИНИОН имеются как опубликованные, так и неопубликованные источники информации по экономике, истории, филологии, вопросам государства и права и другим областям знаний, а именно:

- книги: монографии, сборники, учебные пособия, справочники и др.
- отечественные и зарубежные журналы;
- рукописи, депонированные в ИНИОН;
- авторефераты кандидатских и докторских диссертаций по общественным наукам.

ИНИОН издает:

- Библиографические указатели «Новая литература по общественным наукам» по текущей информации, выходящие 12 раз в году. Указатели снабжены предметным и авторским указателями, подробным содержанием каждого выпуска на русском и английском языках; списком использованных журналов;
- Реферативные журналы по отдельным отраслям общественных наук: экономика, история, языковедение, литературоведение, философия, государство и право и другие по текущей информации, выходящие шесть раз в году. Журналы сопровождаются предметным указателем.

ИНИОН имеет электронную базу данных всех документов, которыми располагает. Сайт в ИНТЕРНЕТ: [http:// www.inion.ru/](http://www.inion.ru/)

С помощью изданий ИНИОНа Вы можете оперативно составить список библиографии по интересующей Вас теме реферата, курсовой и дипломной работы.

ВНТИЦ

Всероссийский научно-технический информационный центр России, ВНТИЦ (Москва), основан в 1968 году. Он выполняет роль Государственного фонда страны по непубликуемым источникам информации, обеспечивая сбор и хранение отчетов по научно-исследовательским работам (НИР), материалов по проведению опытно- конструкторских и технологических разработок (ОКР и ТР), открытых защищенных диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук по всем отраслям науки.

ВНТИЦентр – Всероссийский научно-технический информационный центр, в отличие от ИНИОН является политематичным органом информации: в его фондах имеется информация по всем научным направлениям. Расположен по адресу: Москва, ул. Смольная,14. В фонде ВНТИЦентра имеются только неопубликованные материалы:

- кандидатские и докторские диссертации,
- научные отчеты,
- алгоритмы и программы,
- научно-технические переводы иностранных статей и книг.

Традиционные виды информационного обслуживания потребителей в течение длительного времени были ориентированы на крупного, достаточно стабильного пользователя и обеспечивали:

- подготовку и распространение реферативной и библиографической информации об отчетах, диссертациях, алгоритмах и программах в виде изданий и баз данных на машиночитаемых носителях;
- выдачу копий первоисточников на бумаге или микрофишах по запросам пользователей;
- выполнение тематических и фактографических запросов по фонду НИОКР как для отдельных пользователей, так и для органов государственного управления;
- подготовку разовых аналитических материалов по узкой тематике, содержащих обобщенные сведения о проводимых в стране исследованиях и перспективах развития народного хозяйства.

Созданные во ВНТИЦ базы данных, предоставляемые пользователям в различных режимах, в том числе для заказа копий первоисточников и поиска в ON-LINE, формируются на основе вторичных документов (регистрационных карт на вновь начинаемые научно-исследовательские работы, информационных карт на выполняемые или выполненные

исследования, учетных карточек диссертаций), которые заполняются и представляются исполнителями работ.

Содержащаяся в базе данных информация позволяет получить сведения об организациях-исполнителях работ, их ведомственной подчиненности, названии работы и сроках ее проведения, описание (реферат) предполагаемого, законченного или ведущегося исследования, авторе (для диссертации) и/или авторах отчета, а также ряд фактографических сведений о работе в целом (источники и объем финансирования, библиографические данные и ряд других).

Пользователям ВНИЦ открывается доступ к научным результатам, отражающим интеллектуальный потенциал России.

ВНИЦентр издает:

- **Сборники рефератов НИРиОКР** по 29 сериям, охватывающим все отрасли науки. Сборники сопровождаются предметным, авторским, нумерационным указателями. Каждый документ во ВНИЦентре имеет свой порядковый одиннадцатизначный номер. Кроме библиографических сведений каждого нового документа, поступившего в фонд, его сопровождает небольшой реферат о его содержании. Сборники выходят в свет периодически 6-12 раз в году.
- **Бюллетень регистрации НИР**, выходящий периодически по тем же сериям, что и Сборники рефератов, сообщает, какие НИР, какими организациями и в какие сроки начаты, и когда будут завершены.
- **Аналитические обзоры** по отдельным актуальным темам со списком источников,
- **Библиографические указатели «Каталог научно-технических переводов».**

ВНИЦентр выполняет ксерокопии и микрофиши (фотокопии, размером 10x15 см) документов.

ВИНИТИ

Всероссийский институт научной и технической информации (ВИНИТИ) Российской академии наук – крупнейший информационный центр, обеспечивающий с 1952 г. российское и мировое сообщество научно – технической информацией по проблемам точных, естественных и технических наук. ВИНИТИ — головная организация Государственной системы научно – технической информации (ГСНТИ) России (Приказ – распоряжение Министерства науки и технологий РФ и Российской академии наук от 14 октября 1998 г. №192/15).

Основные направления деятельности ВИНИТИ: научно-информационная деятельность, научно-исследовательская деятельность, информационно – библиотечное обслуживание, возможности, предоставляемые ВИНИТИ научным работникам других организаций, но одним из важнейших направлений его деятельности является совершенствование существующих и создание новых информационных продуктов и услуг. ВИНИТИ обеспечивает информационную поддержку ученым и специалистам России в области естественных и технических наук.

ВИНИТИ проводит фундаментальные исследования в области теории информатики, разработки автоматизированных технологий для обеспечения широкого диапазона информационных продуктов и услуг, организации и методике научно – информационной деятельности, научной коммуникации.

Фонды научно-технической литературы ВИНИТИ содержат обширный массив ретроспективной информации, сформированный на основе опубликованных отечественных и зарубежных документов, получаемых более чем из 80 стран на 40 языках. В настоящее время фонды ВИНИТИ включают более 1,5 млн. изданий, а именно:

- отечественные и иностранные журналы - с 1987 г.
- японские журналы — с 1991 г.
- отечественные книги — с 1987 г.
- иностранные книги — с 1984 г.

- рукописи, депонированные в ВИНТИ - с 1962 г.
- отечественные и иностранные книги и журналы по информатике — с 1970 г.

С 1994 г. регистрация всей поступающей литературы осуществляется в автоматизированном режиме. Электронный каталог к фонду ВИНТИ включает отечественные и иностранные периодические издания — журналы, периодические научно-технические сборники, информационные материалы (начиная с 1995 г.).

Реферативный журнал (РЖ) ВИНТИ издается с 1952 г. и представляет собой периодическое издание, в котором публикуются библиографические описания, рефераты, аннотации научных документов из первичных периодических изданий, материалов научных конференций, книг, депонированных научных работ и других научно-технических документов. В РЖ ВИНТИ отражается около одного миллиона документов ежегодно, среди которых более 30% — российские.

Все выпуски РЖ издаются ежемесячно, кроме выпусков по химии и химической технологии (их периодичность — 2 раза в месяц), и имеют годовые и/или пономерные указатели (авторский, предметный, патентный, указатели источников и специализированные указатели) (в некоторых выпусках). Рефераты расположены согласно Рубриктору ВИНТИ. Каждый реферат имеет порядковый номер внутри соответствующего выпуска.

Электронная версия РЖ представляет собой аналог печатной версии и распространяется как отдельный информационный продукт.

Начиная с января 1996 г., ВИНТИ выпускает *бюллетень сигнальной информации (СИ)*, выходящий в виде тематических серий под общим названием «Содержание российских научных журналов». Бюллетени СИ выходят в тематических сериях в печатной и в электронной формах. В каждом выпуске помещаются заголовки всех статей по соответствующей тематике, опубликованные в российских журналах и указанные в их содержании. Названия статей размещены под соответствующими названиями журналов в том же порядке, в каком они помещены в списке содержания журнала. Первый и седьмой номера каждой серии снабжены списком журналов, которые отражены в данной серии. В Бюллетене представлено содержание 800 научных и научно-популярных журналов, издающихся в России и странах СНГ. В каждый номер входят указатели: авторский, предметный (ключевые слова заглавия), организации — места работы авторов, если они приведены в статье. Седьмой и двенадцатый номера каждой серии снабжены соответствующими сводными указателями. В отличие от печатной, электронная версия Бюллетеня дополнительно обеспечивается аннотациями к статьям (в случае, если они приводятся авторами).

Экспресс-информация ВИНТИ — периодическое издание, отражающее расширенные рефераты наиболее интересных научно-технических документов, изданных в России и за рубежом. Издаются 10 тематических выпусков.

Библиографический указатель «*Депонированные научные работы*» содержит библиографические описания научных работ, депонированных в ВИНТИ и отраслевых центрах НТИ, а также в центрах НТИ в странах СНГ, указатель авторов депонированных в ВИНТИ научных работ, порядок оформления заказов на копии депонированных в ВИНТИ научных работ, систематический указатель научных работ, депонированных в центрах НТИ стран СНГ.

Бюллетень «*Международных научных съездов, конференций, конгрессов, выставок*» отражает сведения о предстоящих и текущих международных и крупнейших национальных научных и технических мероприятиях (конференции, симпозиумы, конгрессы, выставки и т.д.), проводимых в различных странах мира и представляющих интерес для специалистов различных учреждений и организаций. В Бюллетене указывается время и место проведения каждого мероприятия, его название, сообщается адрес оргкомитета, где можно получить дополнительную информацию, а также материалы проводимого мероприятия.

ВИНТИ выполняет ксеро- и фотоконии отдельных статей, книг, рукописей наложенным платежом. Заказ оформляется на специальных бланках. Сайт в ИНТЕРНЕТ:

<http://www.viniti.ru/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Информационный рынок это:
2. «Семантическая информация» это
3. В условиях роста потоков информации, необходимости повышения оперативности ее поиска, обработки и расширения влияния на все направления деятельности человека ее надежным помощником становится:
4. почему кандидатские и докторские диссертации представляют интерес для специалистов Национальная система научно-технической информации это ...
5. информационные листки это ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные принципы информатизации научных исследований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Вербальная, невербальная, синдикативная информация	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
3.	Информационные технологии обработки данных	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
4.	Классификация технологий обработки	Информационная лекция

	данных Информационная технология обработки данных	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
5.	Формирование информационной базы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
6.	Обработка массива данных	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
7.	Внутримашинное информационное обеспечение	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

Текст лекции.

Основные принципы информатизации научных исследований

Информационные технологии играют ключевую роль в процессе накопления, распространения и эффективного использования новых знаний. Сегодня традиционные методы информационной поддержки научных исследований, которые заключались в основном в компьютеризации математических расчетов, использовании методов статистического моделирования и в распространении по телекоммуникационным сетям научно-технической информации, уже не удовлетворяют ученых. На смену им приходят новые методы, базирующиеся на использовании быстро прогрессирующих возможностей средств информатики и перспективных информационных технологий.

Яркими примерами могут служить телеконференции, распределенные научные коллективы, объединяемые общей информационно-телекоммуникационной сетью, а также методы комплексного информационного моделирования сложных природных процессов и явлений; методы искусственного интеллекта, позволяющие находить решения плохо формализуемых задач, а также задач с неполной информацией и нечеткими исходными данными; методы когнитивной компьютерной графики, позволяющие в пространственной

форме представлять на экране компьютера различные математические формулы и соотношения и т.д.

Для успешного планомерного развития и внедрения новых информационных технологий в высшем образовании необходима фундаментальная разработка научных основ новых информационных технологий (НИТ) по следующим проблемам:

1. системный анализ развития и внедрения НИТ, своевременное уточнение выбранных приоритетных направлений, прогнозирование и предупреждение возможных негативных тенденций;
2. разработка новых принципов организации вычислительных процессов, методов представления, обработки и усвоения данных и знаний;
3. разработка методов описания предметных областей и математического моделирования;
4. проектирование и внедрение средств НИТ (интерактивные аудио - и видеосредства, компьютерные и телекоммуникационные среды).

Цель информатизации научно-исследовательской деятельности состоит в ускорении получения и углубления научных знаний о явлениях и закономерностях в природе, технике и обществе за счет использования НИТ на всех этапах научной работы.

Для этого необходимо, в частности, обеспечить решение следующих задач:

1. проведение исследований в фундаментальных областях, определяющих методологическую базу новых информационных технологий в научных исследованиях;
2. проведение исследований по перспективным программно-аппаратным средствам;
3. обеспечение доступа к банкам данных и базам знаний ведущих научных центров высшей школы России и зарубежных стран с использованием телекоммуникаций;
4. организация профилированных научно-учебных центров по информатизации научных исследований, переподготовка специалистов на базе этих центров.

Вербальная, невербальная, синдикативная информация

Вербальная информация – информация, данная в устной, словесной форме, а не в документальной, зафиксированной на каком-либо носителе. Она может быть получена из радио- и телепередач, от потребителей, поставщиков, конкурентов, на производственных совещаниях, от юристов, бухгалтеров и финансовых ревизоров, консультантов и из других источников.

Вербальная информация может быть использована непосредственно при разработке стратегии анализа данных, введена в компьютер и преобразована в структурированные данные, которые впоследствии могут быть применены для анализа с помощью методов Data Minig (Интеллектуальный анализ данных (англ. Data Mining), а также может использоваться для обогащения уже имеющихся данных.

Невербальная информация – информация, представленная в символах или знаках без использования слов. Не передает какого-то конкретного содержания, но косвенно указывает, подтверждает или опровергает тот или иной факт. Информация, посланная отправителем без использования слов как системы кодирования, образует невербальное послание, лежащее в основе невербальной коммуникации. В последнее время эта сфера межличностной коммуникации все больше привлекает внимание ученых и специалистов. Дело в том, что эффект большинства посланий создается невербальной информацией. Особенно это проявляется в тех случаях, когда словесная часть послания отправителя противоречива. В

такой ситуации получатель больше полагается на невербальную часть, чтобы понять значение послания.

Обе категории информации подразделяются на два вида: первый – это (используя американскую терминологию) «мягкая» информация, т.е. информация, носителем которой является поле (акустическое или электромагнитное). Такая информация живет буквально мгновения; однажды произведенная/озвученная, она исчезает и повторно воспроизведена быть не может. Говоря простым языком, «мягкая» информация – это сведения, которые содержатся в произнесенных. Вторая группа – это «твердая» информация, то есть информация, записанная на каком-то материальном носителе (бумаге, магнитной ленте и т.п.).

Синдикативная информация. Внешнюю информацию можно подразделить на официально опубликованную, доступную для всех, и на так называемую синдикативную информацию. Это первичная информация, которую специальные информационно-консультационные организации собирают, обрабатывают, а затем продают своим подписчикам.

Важным достоинством синдикативных данных является их невысокая стоимость, так как она разделяется между подписчиками. Синдикативные данные основаны на отработанной системе сбора информации, поэтому им присуще высокое качество.

Недостатки синдикативных данных: во-первых, подписчики не могут влиять на сбор информации. Поэтому, перед тем как стать подписчиком, необходимо оценить пригодность информации; во-вторых, поставщики синдикативных данных обычно стараются заключать контракты на длительный период; в-третьих, стандартизированные синдикативные данные доступны многим пользователям, в том числе конкурентам.

Информационные технологии обработки данных

Особенная информационная технология обработки данных идеально подходит для каждого современного человека, это обусловлено огромным количеством положительных особенностей, а также незаменимостью данной методики.

Критерии выбора технологии обработки данных

Информационная технология обработки данных представляет собой систематизированную последовательность действий, которые начинаются с момента получения информации и проводятся до той поры, пока не будут получены ожидаемые результаты.

Перед тем как вообще подбирать информацию, необходимо знать критерии для этого:

- Своевременность, для обработки подходит только достаточно свежая информация.
- Достоверность, конечно, часто нельзя дать сто процентов, но определенная вероятность правдивости должна присутствовать.
- Достаточность. Не должно быть никакой недосказанности.
- Надежность. На информацию правильную всегда можно положиться.
- Комплексность системы.
- Адресность. Информация должна быть откуда-то куда-то направлена.
- Правовая корректность, иными словами, законность.

Далее в работу включаются современные методики, организационно-технологические приемы, а также разные машины и механизмы, именно с помощью которых происходит обработка или переработка полученной информации.

Нужно помнить о том, что информационные технологии используются не только для обработки. Они дополнительно выполняют все побочные функции. В первую очередь это сам поиск и сбор информации, затем происходит ее тщательная регистрация и сортировка, а после уже накопление и сам анализ, генерация. При необходимости добавляется передача, хранение и распространение информации.

Классификация технологий обработки данных

Информационная технология обработки данных может подразделяться на разные группы. Для того чтобы было проще работать и понимать друг друга, все они разделены на несколько классов.

Стоит обратить внимание на то, что базовые технологии это:

Компьютеры и разнообразные вычислительные системы, иными словами, техника, которая помогает автоматизировать весь процесс и берет на себя основную работу в данной ситуации.

Коммуникационные и телекоммуникационные сети. Они необходимы для того, чтобы разнообразные данные легко и просто передавались между собой. Сеть позволяет связать множество адресатов и с легкостью обеспечивает общение между ними.

Работа с информацией представляет собой наиболее сложную проблему, именно поэтому стоит внимательно подойти к подобному моменту.

Также стоит обратить внимание на то, что многие информационные технологии подразделяются на разные группы в зависимости от своего предназначения:

- Обработка текстовой информации,
- Обработка графики, это касается растровой и векторной графики,
- Обработка анимации, а также видеоизображения и звука,
- Обработка знаний, особые экспертные системы.

С помощью подобной современной методики очень легко можно решить разнообразные вопросы и справиться практически с любым решением проблемы в любой сфере.

Качественный современный анализ информации и ее обработка может дать отличные выводы, а также порадовать положительными результатами практически без лишних усилий.

Информационная технология обработки данных

Информационная технология обработки данных предназначена для решения хорошо структурированных задач, по которым имеются необходимые входные данные и известны алгоритмы и другие стандартные процедуры их обработки. Эта технология применяется на уровне операционной (исполнительской) деятельности персонала в целях автоматизации некоторых рутинных постоянно повторяющихся операций управленческого труда. Поэтому внедрение информационных технологий и систем на этом уровне существенно повысит производительность труда персонала, освободит его от рутинных операций, возможно, даже приведет к необходимости сокращения численности работников.

На уровне операционной деятельности решаются следующие задачи:

- обработка данных об операциях;
- создание периодических контрольных отчетов о состоянии;
- получение ответов на всевозможные текущие запросы и оформление их в виде бумажных документов или отчетов.

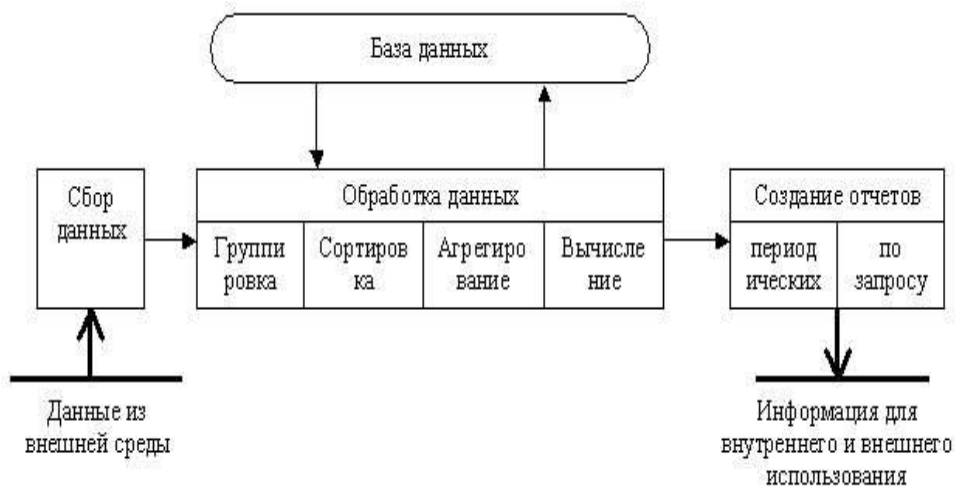


Рисунок 2.1 – Основные компоненты информационной технологии обработки данных

Представим основные компоненты информационной технологии обработки данных (рисунок 2.1).

Сбор данных. По мере того как фирма производит продукцию или услуги, каждое ее действие сопровождается соответствующими записями данных. Обычно действия фирмы, затрагивающие внешнее окружение, выделяются особо как операции, производимые фирмой.

Обработка данных. Для создания из поступающих данных информации, отражающей деятельность фирмы, используются следующие типовые операции: классификация или группировка. Первичные данные обычно имеют вид кодов, состоящих из одного или нескольких символов. Эти коды, выражающие определенные признаки объектов, используются для идентификации и группировки записей.

Создание периодических контрольных отчетов о состоянии дел.

Получение ответов на всевозможные текущие запросы и оформление их в виде бумажных документов или отчетов.

Существует несколько особенностей, связанных с обработкой данных, отличающих данную технологию от всех прочих:

- выполнение необходимых задач по обработке данных. Каждой фирме предписано законом иметь и хранить данные о своей деятельности, которые можно использовать как средство обеспечения и поддержания контроля на фирме. Поэтому в любой фирме обязательно должна быть информационная система обработки данных и разработана соответствующая информационная технология;
- решение только хорошо структурированных задач, для которых можно разработать алгоритм;
- выполнение стандартных процедур обработки. Существующие стандарты определяют типовые процедуры обработки данных и предписывают их соблюдение организациями всех видов;
- выполнение основного объема работ в автоматическом режиме с минимальным участием человека;
- использование детализированных данных. Записи о деятельности фирмы имеют детальный (подробный) характер, допускающий проведение ревизий. В процессе ревизии деятельность фирмы проверяется хронологически от начала периода к его концу и от конца к началу;
- акцент на хронологию событий;

□ требование минимальной помощи в решении проблем со стороны специалистов других уровней.

Хранение данных: многие данные на уровне операционной деятельности необходимо сохранять для последующего использования либо здесь же, либо на другом уровне. Для их хранения создаются базы данных.

Создание отчетов (документов): в информационной технологии обработки данных необходимо создавать документы для руководства и работников фирмы, а также для внешних партнеров. При этом документы могут создаваться как по запросу или в связи с проведенной фирмой операцией, так и периодически в конце каждого месяца, квартала или года.

Формирование информационной базы

Информационная база должна включать:

1. Информацию о наиболее типичных управленческих проблемах.
2. Информацию обо всех имевших место управленческих решениях, принятых в организации по конкретным проблемам.
3. Готовые управленческие решения по стереотипным проблемам, в том числе по проблемам, требующим незамедлительного действия (например, стихийное бедствие, угроза жизни и т.д.).

При формировании информационной базы можно руководствоваться следующими рекомендациями по ее структуре и составу (содержанию).

1. Исходная информация о проблеме должна включать: описание проблемной ситуации (желаемое состояние управляемого объекта в фиксированный момент времени, соотношение желаемого и реального состояния объекта); конкретные условия для решения проблемы (наличие материальных, трудовых, информационных и других ресурсов); содержательное описание самой проблемной ситуации (симптомы проявления проблемы, полнота и достоверность информации, содержательная формулировка проблемы); время и необходимые ресурсы для принятия решения.

Подобная информация накапливается путем заполнения соответствующих карточек (формуляров) проблем. Эти проблемы формируются с помощью ЭВМ на машинных носителях либо на твердых носителях традиционными методами и заносятся в общую информационную базу.

2. Информация о решениях, принятых в конкретных условиях, должна отражать последовательность и результаты действий ЛПР по поиску наилучшего решения (то есть информация содержит готовый продукт ЛПР как результат его мыслительной деятельности в строгой технологической последовательности разрешения конкретной проблемы). Эта информация особенно важна, если для решения проблемы привлекался компетентный эксперт.

Форма представления может быть произвольной, но обычно такая информация заносится в информационную базу в виде структурированной технологической карты управленческого решения, в которой должна отражаться информация по трем разделам: признанная часть, основная часть и мероприятия по реализации решения.

3. Готовые управленческие решения по стереотипным проблемам. Информация этого раздела информационной базы также формируется в виде структурированной карточки решения на основе разрабатываемой технологической карты процесса решения, включающей: признанную часть, принятое решение и методологию по его реализации.

Призначная часть решения включает назначение (наименование) решения, проектное описание проблемной ситуации и последствия от непринятия решения. Принятое решение содержит сведения о ЛПР (должностном лице, принимающем решение), подразделении, которое готовит решение, необходимой исходной информации для подготовки решения, содержании принимаемого решения и кто должен его согласовать (с кем необходимо согласовать решение). Методология по реализации решения определяет исполнителей (подразделения), должностное лицо, контролирующее решение, форму доведения решения до исполнителей и ожидаемый результат решения.

Обработка массива данных

При программировании задач ТПР широко использовалась библиотека типовых процедур обработки информации, которая позволяет относительно просто настраиваться на различные формы входных документов, автоматизировать программирование вывода информации и упростить обработку массивов данных.

Техническая структура управляющей системы представляет собой оборудование, предназначенное для сбора, передачи, хранения, обработки и представления информации в удобной для пользователя форме. Технические средства обслуживают процесс управления, повышая обоснованность принимаемых решений, ускоряя процесс обработки массива данных.

Созданная подсистема позволяет осуществлять обработку больших массивов данных, а также выполнять аналитическую проработку плановых решений. Подсистема обеспечивает сбор, накопление, хранение, контроль и корректировку информации, а также формирование и выдачу на печать рабочих и утверждаемых документов.

В то же время на каждом уровне иерархии управления имеют место три способа организации технических средств централизованный, децентрализованный и иерархически распределенный. Первый способ предполагает выполнение всех работ по обработке данных, начиная со сбора и регистрации данных, в одном центре обработки второй предусматривает предварительную обработку информации, которая не требует создания очень крупных массивов данных, на периферийном оборудовании удаленного пользователя в низовых звеньях экономического объекта при третьем способе техника и технология обработки оптимально распределены по уровням управления системы.

В рамках модели централизованных справочников общими для всей системы обработки учетных данных являются только наиболее важные массивы нормативно-справочной информации. Оперативные данные вводятся и обрабатываются в локальных подсистемах. Только при необходимости оперативные данные передаются на смежные участки с помощью процедуры, идентичной той, которая используется при реализации модели распределенных данных.

Основными операциями с информацией являются сбор, регистрация, предварительная обработка, итоговая обработка.

Сбор и регистрация информации оцениваются периодичностью поступления данных, возможностью появления ошибочных данных, способом фиксации данных.

Предварительная обработка информации – это сортировка, сопоставление, выборка, подготовка для длительного хранения, унификация формы. Характеризуется эта стадия временем проведения, алгоритмом действий.

Подготовка информации к принятию решения состоит в совместной обработке нескольких массивов данных, получении вторичных данных, сопоставлении информации различных временных периодов, оптимизационной выборке части сведений и т. д.

Системы управления базами данных предназначены для создания, хранения и манипулирования массивами данных большого объема. Разные системы этого класса различаются способами организации хранения данных и обработки запросов на поиск информации, а также характером хранящихся в базе данных.

Иерархическое построение логистических систем обусловливается тем, что управление в них связано с использованием и обработкой значительных массивов данных. На нижележащих уровнях используется более детальная и конкретная информация, охватывающая лишь отдельные аспекты функционирования логистической системы. На более высокие уровни поступает обобщенная информация, характеризующая условия функционирования всей логистической системы на этих уровнях принимаются решения относительно логистической системы в целом. Иерархическая структура логистических систем не бывает абсолютно жесткой. Это связано с тем, что иерархия сочетается с большей или меньшей автономией нижележащих уровней по отношению к вышележащим уровням. В управлении логистическими системами используются присущие каждому уровню возможности самоорганизации.

Единицей информации в массиве данных является запись, содержащая две части – системную и пользователя. Системная часть предназначена для подготовки данных к обработке, часть пользователя указывает на характер и содержание обработки.

ППП типовых процедур обработки данных обеспечивают выполнение таких операций, как ввод информации с контролем, сортировка, корректировка, обработка массивов и вывод информации.

Система массового обслуживания СМО. Примеры формализации элементарных СМО, описанных аналитически, основаны на имитации, т.е. базирующиеся на реальных массивах данных, могут быть формализованы в виде интегрирующих блоков. Это означает, что каждый канал СМО может быть представлен как интегрирующий блок, который начинает работать при приходе входного сигнала. Входной сигнал должен содержать интервал времени обработки требования. Амплитуда интегрируемого сигнала может быть задана в виде константы. Входной сигнал должен иметь возможность содержать характеристики приоритетности, дисциплину очереди и т.п. Как только время обработки требования, указанное во входном сигнале, истекает, так соответствующий выходной сигнал фиксирует факт окончания обслуживания требования.

Составление отчетов о контрольных суммах. Все контрольные суммы количества записей, всего массива данных и т. п., получаемые в процессе обработки, следует выводить на печать в виде отчета. В обязанности группы контроля или другого органа включают их сравнение и (или) сверку с контрольными суммами исходных данных либо предыдущих стадий обработки.

Эта проверка является существенной частью более общей и всесторонней проверки достоверности исходной информации, которую принято называть логическим контролем исходной информации. Логический контроль, как правило, предусматривается во всех задачах обработки больших массивов данных.

На основе упорядоченного массива данных с помощью соответствующих процедур определяется описание данных, их взаимосвязь и происходит обработка данных на ЭВМ в соответствии с потребностями в информации.

Большое значение придается в настоящее время проблемам унификации элементов образцовых средств измерений, поверочных установок и систем, а также развитию централизованных (при большом объеме данных) способов обработки результатов поверок на

ЭВМ. Использование ЭВМ позволяет накапливать массивы данных, сопоставлять результаты периодических проверок средств измерений, анализировать причины их отказов, рассчитывать показатели их надежности и оперативно корректировать межповерочные интервалы.

Наряду с использованием статистических методов по обработке массивов данных, все большее значение приобретает анализ качественной (неколичественной) информации. Это объясняется тем, что сегодня многие закономерности нарушены и достаточные данные для получения достоверных результатов отсутствуют. В реальной практике принятия инновационных решений нередко возникают ситуации, когда может быть использован лишь аппарат качественных и содержательных оценок.

Внутримашинное информационное обеспечение

Информационная база включает массивы данных, формирующие базу данных на машинных носителях систему программ организации, накопления, ведения и доступа к информации этих массивов. Ее следует разрабатывать с ориентацией не на решение конкретных функциональных задач, а собственно на информацию, всесторонне характеризующую управляемый объект это есть совокупность используемых при функционировании системы автоматизированной обработки данных, организованных по определенным правилам, предусматривающая общие принципы описания, хранения, доступа и манипулирования данными и независимую от используемых прикладных программ.

Microsoft Excel, предназначенный для работы с электронными таблицами, на рынке программных средств также является признанным лидером. Электронные таблицы используются для выполнения расчетов, хранения и обработки базы данных реляционного типа. В настоящее время они переросли понятие электронного калькулятора, позволяя создавать развитые ИС в составе КСБУ. Хранение больших массивов информации целесообразно осуществлять под управлением СУБД, в виде баз данных, среди которых рейтинг СУБД Access весьма велик.

В сфере обработки, информации мультимедиа представляет собой общее понятие, которое означает объединение различных представлений информации, таких, как текст, звук и видео, в одном сеансе представления, в частности в общем интерфейсе пользователя. Помимо традиционного текстового и линейно-графического представления прикладной программы мультимедиа часто включают в себя сканируемые изображения, частично или полностью подвижное видео с синхронным звуком или без него, а также цифровую передачу голоса или музыки. Некоторые разделы стандартов этой области включают в себя аналого-дискретные преобразования, сжатие и запоминание крупных массивов данных, синхронизацию зависимых от времени представлений, таких, как видео со звуком и многоканальный ввод и вывод.

Сортировка данных (data sorting, ordering) – один из этапов обработки данных, упорядочение элементарных данных в последовательности, определяемой значениями некоторых признаков, называемых ключами сортировки. Например, расположение записей сортируемого массива данных по возрастанию или уменьшению значений величин, содержащихся в массиве. Сортировка массивов данных существенно ускоряет их дальнейшую обработку.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Цель информатизации научно-исследовательской деятельности ...
2. статистические бюллетени это: ...
3. Вербальная информация это: ...

4. Информация с ограниченным доступом делится на: ...
5. Недостатки синдикативных данных: ...
6. Ценность информации определяется: ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формы представления результатов исследований	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Методические рекомендации по изложению материала научного исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Отбор необходимых компонентов ресурсно-информационной базы научных исследований для решения конкретных задач в процессе проведения научного исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

Текст лекции.

Формы представления результатов исследований

Результаты научного исследования должны быть оформлены в виде литературной продукции (включая электронные публикации, содержащие различные компоненты мультимедийного контента), к формам которой относятся:

1. Реферат. Является одной из начальных форм представления результатов исследования в письменном виде. В рефератах обычно раскрывается теоретическое и практическое значение темы, анализируются публикации по теме, дается оценка и выводы по проанализированному научному материалу. Реферат должен показать эрудицию исследователя, его умение самостоятельно анализировать, классифицировать и обобщать существующую научную информацию.

2. Научная статья. Является самой распространенной формой литературной продукции исследователя. Объем статьи обычно бывает от 5 до 15 машинописных страниц. Изложение материала в научной статье должно быть систематичным и последовательным. Разделы должны быть логически связаны между собой. Особое внимание должно быть уделено научному стилю работы. Для научного стиля характерны следующие основные требования: ясность изложения, точность словоупотребления, лаконизм, строгое соблюдение научной терминологии, последовательность изложения позиций, логичность, взаимосвязь положений. Следует обратить внимание на окончательную литературную редакцию текста. Большое значение в научной статье имеет изложение заключения, научных выводов и предложений.

3. Научный отчет, доклад. К научному отчету предъявляются следующие требования: четкость построения, логическая последовательность изложения материала, убедительная аргументация, краткость и точность формулировок, конкретность изложения результатов работы, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций.

Научный отчет должен включать титульный лист, список авторов, краткий реферат, содержание, основную часть работы, список использованной литературы и приложения.

Научный доклад – по содержанию это тот же отчет, но он может охватывать не всю исследуемую проблему, а только какую-то логически завершенную часть, какой-либо аспект.

4. Методическое пособие. Основой такого пособия являются сделанные на базе результатов исследования теоретически обоснованные методические рекомендации по совершенствованию исследуемого процесса. Методические пособия – наиболее сложный вид литературной продукции. Они должны быть написаны кратко, четко и явно, так как адресованы практическим работникам.

Методические пособия в системе образования подразделяются на методики преподавания всего курса; методические разработки, в которых освещается методика преподавания отдельного раздела, темы учебной программы; методические рекомендации, которые посвящены отдельным аспектам учебно-воспитательного процесса.

Методическое пособие можно оформить в виде брошюры или книги. Брошюрой называется малообъемная печатная продукция (5–48 страниц) в мягкой обложке или без нее. Книга – печатный материал объемом более 48 страниц, как правило, в обложке или переплете.

5. Монография. Монографией называется научное издание, в котором какая-то проблема рассматривается достаточно разносторонне и целостно.

В монографии исследователь показывает, как исследуемая проблема решалась ранее в научной и методической литературе и в практике, как она решается в настоящее время. Затем раскрывается сущность собственных теоретических и методических идей решения этой проблемы, описывается методика исследования, которая использовалась для подтверждения

концепции. После этого подробно освещаются, анализируются результаты собственного исследования, даются аргументированные выводы и научно обоснованные рекомендации для совершенствования исследуемого процесса. В конце монографии приводится библиография использованных литературных источников. Монография оформляется в виде брошюры или книги.

6. Тезисы докладов и выступлений на конференциях, семинарах и др. Тезисы – очень короткий документ: от 1 до 3 страниц машинописного текста. Основная задача при написании тезисов – в очень сжатой, конспективной форме изложить самые главные результаты исследования, которые докладчик планирует сообщить участникам конференции, семинара, чтений.

7. Диссертация. В переводе с латинского, – рассуждение, исследование. В ней излагаются результаты научной работы, подготовленной для публичной защиты на соискание ученой степени кандидата или доктора наук.

Методические рекомендации по изложению материала научного исследования

Материалы научного исследования необходимо изложить в письменной форме. Каждый, имеющий дело с научными трудами, знает, что их язык отличается от разговорного языка и языка художественной литературы. Научный стиль как особая функционально-стилевая разновидность литературного языка.

Главными чертами научного стиля являются отвлеченно-обобщенность, подчеркнутая логичность, терминологичность. А второстепенными - смысловая точность, однозначность, объективность, стандартность, краткость, ясность, строгость, безличность, некатегоричность, оценочность, образность.

Академик Д.С.Лихачев сформулировал ряд требований к языку научного произведения:

1. Требования к языку научной работы резко отличаются от требований к языку художественной литературы.

2. Метафоры и разные образы в языке научной работы допустимы только в случаях необходимости поставить логический акцент на какой-нибудь мысли. В научной работе образность - только педагогический прием привлечения внимания читателя к основной мысли работы.

3. Хороший язык научной работы не замечается читателем. Читатель должен замечать только мысль, но не язык, каким мысль выражена.

4. Главное достоинство научного языка - ясность.

5. Другое достоинство научного языка - легкость, краткость, свобода переходов от предложения к предложению, простота.

6. Придаточных предложений должно быть мало. Фразы должны быть короткие, переход от одной фразы к другой - логическим и естественным, «незамеченным».

7. Каждую написанную фразу следует проверять на слух, надо прочитать написанное вслух для себя.

8. Следует поменьше употреблять местоимения, заставляющие думать, к чему они относятся, что ими заменено.

9. Не следует бояться повторений, механически от них избавляться. То или иное понятие должно называться одним словом (слово в научном тексте всегда термин). Избегайте только тех повторений, которые приходят от бедности языка.

10. Избегайте слов-паразитов, слов мусорных, ничего не добавляющих к мысли. Однако важная мысль должна быть выражена не «походя», а с некоторой остановкой на ней.

Важная мысль достойна того, чтобы на ней автор и читатель взаимно помедлили. Она должна варьироваться под пером автора.

11. Обращайте внимание на «качество» слов. Сказать напротив лучше, чем наоборот, различие лучше, чем разница. Не употребляйте слова впечатляющий. Вообще, будьте осторожны со словами, которые так и лезут под перо, — словами «новоделами».

Главной чертой языка науки является наличие терминов.

Термин – слово или словосочетание, выражающее понятие специальной области знания или деятельности. Специфическими особенностями терминов являются: системность; наличие дефиниции (определения); абсолютная и относительная; точность; однозначность, отсутствие синонимов; краткость; простота и понятность; стилистическая нейтральность; отсутствие экспрессии; независимость от контекста; внедренность; современность; современность; благозвучность.

Традиционно в научном стиле выделяют четыре подстиля: собственно-научный, научно-популярный, учебно-научный и научно-деловой. Некоторые ученые добавляют к этому списку научно-публицистический и научно-фантастический. В последние годы добавились еще два: научно-информативный и научно-справочный.

В научном стиле можно выделить следующие жанровые разновидности (подстили):

- собственнонаучный - статьи в журналах, научных трудах, диссертации, монографии, доклады;
- научно-популярный - очерки, книги, лекции, статьи;
- учебно-научный - учебники, учебные и методические пособия, программы, сборники задач и упражнений, лекции, конспекты, учебно-методические материалы;
- научно-деловой - техническая документация (контракты и инструкции для предприятий, сообщения об испытаниях и анализах, формулы изобретений и рефераты;
- научно-информативный - рефераты, аннотации, патентные описания;
- научно-справочный - словари, справочники, каталоги.

В современном научном стиле легко ощутимый интеллектуальный фон речи создают следующие конструкции:

- предметом нашего дальнейшего рассмотрения является... ;
- остановимся прежде на анализе последней;
- эта деятельность может быть определена как...;
- с другой стороны, следует подчеркнуть, что...;
- это утверждение одновременно предполагает и то, что...;
- при этом ... должно рассматриваться как...;
- может рассматриваться как...;
- рассматриваемая нами форма...;
- ..., который только может рассматриваться как...;
- ясно, что...;
- теперь возникает основной вопрос нашего рассмотрения;
- из вышеприведенного анализа... со всей очевидностью следует...;
- довод не снимает вопроса, а только переводит его решение... ;
- логика рассуждения приводит к следующему... ;
- проанализируем с этой точки зрения...;
- как хорошо известно... ;

- следует отметить...;
- таким образом, можно с достаточной определенностью сказать, что....

Многообразные способы организации сложного предложения унифицировались в научной речи до некоторого количества наиболее употребительных. Лишними оказываются главные предложения, основное значение которых формируется глагольным словом, требующим изъяснения. Опускаются малоинформативные части сложного предложения, в сложном предложении упрощаются союзы.

В научной работе часто приходится прибегать к тезированию, то есть, использованию тезисов.

Тезис - это кратко сформулированное основное положение абзаца, текста лекции, доклада и т.п. Количество тезисов текста совпадает с количеством информативных центров текста.

Тезисы бывают вторичными и оригинальными. Вторичные тезисы пишутся с целью выделения главной информации какого-либо источника, например, учебника научной статьи или монографии. Такие тезисы необходимы для дальнейшей научной работы студентам и аспирантам. Оригинальные тезисы пишутся как первичный текст к предстоящему выступлению на семинаре, конференции или конгрессе. Такие тезисы публикуются в специальных сборниках.

Основными способами изложения в научном тексте являются: описание, повествование и рассуждение.

Описание представлено в научном стиле довольно широко и характеризуется наибольшей простотой и четкостью организации.

Цель описания – создание подробного детального представления о каком-либо предмете через множество его отличительных (существенных и несущественных) признаков.

В описании в определенной последовательности перечисляются признаки, свойства, черты какого-либо предмета или явления и устанавливаются связи между ними, причем так, чтобы у читателя сложилось законченное представление о данном объекте.

Если в центре высказывания – ход, развитие действия, временные отношения, то перед нами повествование.

С помощью рассуждения раскрывается процесс логического вывода нового знания о любых объектах и сообщается само это знание. Предметом изложения при рассуждении выступают не сами объекты, а процесс получения нового знания о них.

В простом рассуждении объясняется одна мысль и обычно формулируется один вывод, в более сложном - несколько мыслей. Выводов тоже может быть несколько или один обобщенный.

Рассуждение может быть представлено следующими речевыми компонентами: объяснение нового понятия, явления; введение в объяснение термина; выведение и объяснение формулы, закона; цепь суждений, объясняющая авторскую точку зрения на что-либо; обоснование авторской позиции и т.д.

Доминирующей формой рассуждения является условное умозаключение, которое может быть представлено различными вариантами.

Разновидностью рассуждения является доказательство. Рассуждение и доказательство наиболее широко представлены в текстах по математике.

Одним из наиболее распространенных способов изложения в научном стиле является определение, которое часто состоит из таких компонентов:

- наименование видового понятия

- (связка («есть», «является», «называется» и пр., которая содержательной роли не играет, часто бывает нулевой)
- наименование родового понятия
- указание на признак, выделяющий этот вид внутри рода.

Определяемое понятие соотносится с ближайшим родом, к которому оно принадлежит, при этом называются признаки (признак), являющиеся особенными для данного понятия (видовое отличие).

В построении учебных и научных текстов чаще используются дедуктивный метод объяснения материала: текст начинается с определения, затем следуют примеры. Для научно-популярных текстов характерным является индуктивный метод: текст начинается с примеров, затем выводится определение.

Сообщение передает информацию о материальных объектах, процессах (явлениях), событиях, действиях или отдельных свойствах объектов. Цель сообщения - информировать читателя обо всех перечисленных объектах как о чем-то новом, только что ставшем реальным, существующим фактом.

Некоторые исследователи в качестве самостоятельного способа изложения выделяют вывод, однако в «чистом виде», в отличие, скажем, от определения, вывод, как правило, встречается только во вторичных текстах (например, реферат-резюме).

В основном же вывод, как естественный компонент смысловой структуры текста (итог), входит в состав текста-рассуждения или текста-повествования.

Следует помнить, что в современном научном стиле собственно описательные, повествовательные и другие тексты встречаются довольно редко. Гораздо чаще можно встретить совмещение способов изложения в одном тексте.

Однако в любом случае сохраняются доминирующие особенности текстов, так или иначе связанные с описанием, повествованием и рассуждением.

Для описания характерно перечисление одновременных явлений (отношения параллелизма); для повествования — изложение последовательности действий и состояний (временная протяженность); для рассуждения – изложение причинно-следственных (выводных) отношений.

Если соотнести способы изложения с функциональными стилями, то можно сказать, что для художественных текстов характерно описание, повествование и рассуждение, для научных – описание, рассуждение и определение; в деловом и публицистическом стилях доминирует рассуждение (доказательство), в разговорном – повествование.

Построение разделов научного текста в идеале должно представлять собой своеобразную рамку: в начале раздела - формулировка его темы, в конце - подведение итога и указание на дальнейший ход изложения. Изложение авторов, которым удается выдержать такую композицию, выгодно отличается своей четкостью и ясностью. Тема нового раздела может формулироваться:

- 1) в начале данного раздела, главы, параграфа и т.д.;
- 2) в конце предыдущего раздела, главы, параграфа и т.д.

В последнем случае осуществляется особенно тесная связь между разделами, что способствует ясности изложения. Что касается последнего абзаца «Введения», то он обычно формулирует не тему следующего раздела, а проблематику всей работы в целом.

Целесообразным при формулировке темы раздела в его начале оказывается следующее построение абзаца: подведение в одном или нескольких предложениях итога сказанному в предыдущем разделе + формулировка проблематики данного раздела.

При конечном положении абзаца, формулирующего проблематику последующего раздела, итог сказанному подводится обычно в предыдущих абзацах, а последний абзац целиком посвящен формулировке темы последующего раздела.

В научном тексте одним из основных приемов для достижения ясности изложения является композиционная организация текста.

Принципы композиционного построения (деления) монографий более индивидуализированы, т.е. более зависят от авторских стремлений и вкусов, композиционное же деление статей индивидуализировано гораздо меньше и в значительно большей степени зависит от принятой в том или ином журнале формы композиции, поскольку направление журнала и его полиграфическая традиция диктуют авторам композиционные приемы.

Все разделы и подразделы, как правило, пронумерованы. Однако употребление различного рода шрифтов делает цифровое обозначение не обязательным: иерархия шрифтов наглядно отражает иерархию частей, т.е. их отношение друг к другу (их самостоятельность и равноценность или их соподчинение, в том числе и многократное, ступенчатое). Шрифтовое выделение играет большую роль в донесении до читателя мысли автора и может способствовать (или мешать) ясности изложения.

В современных научно-технических статьях преобладает дробное членение на отдельные мелкие разделы, которые иногда состоят всего из нескольких абзацев (или даже из одного).

В печатном научном тексте существует специфический способ отделения главного от второстепенного.

Композиционно-смысловую структуру научного текста упрощенно можно представить как двуплановое образование, а именно:

- План развернутого общего содержания;
- План свернутого, сжатого содержания.
- План развернутого содержания реализуется в разбивке текста на композиционные блоки: введение; основная, центральная часть; выводы и заключение. Перечисленные части дополняются списком использованной литературы, иногда приложениями и иллюстрациями (если иллюстрации вынесены за текст).
- План развернутого содержания формально выражает развитие логики мысли.

Введение – это формулирование проблемы исследования, изложение необходимых для читателя исходных данных о предмете речи, задаче исследования, авторской оценке путей ее решения. На фоне старого знания автор формулирует новое, что определяет дальнейшее восприятие адресатом содержания текста.

Основная часть посвящена раскрытию, детализации, доказательству, аргументации основных положений работы, выраженных во введении тезисно. Причем в начальных разделах содержится информация обзорного характера, в центральной же части помещается главная информация, отвечающая требованиям новизны, полноты и достоверности. Освещается процесс исследования, дается анализ и обобщение полученных результатов, их толкование и объяснение.

Заключение (выводы) - это итоговое изложение основного, концептуального содержания работы, краткая формулировка главных выводов.

Поскольку все изложение в тексте подчинено решению одной научной проблемы, самостоятельность и отдельность каждого композиционного элемента являются относительными: любой раздел научного текста выполняет свою задачу только в единстве с

другими, будучи связан с ними целой системой отношений (сопоставлений, противопоставлений, дополнений и т.п.).

В связи с этим основная идея и проблема научной работы, сформулированные во введении в общем виде, затем развертываются в основной части: опровергаются, доказываются, объясняются, уточняются и т.д.

Таким образом, речь по существу идет о развернутых вариативных повторениях в основной части тех мыслей, что впервые высказаны во введении.

Второй этап повторения основных мыслей научного текста осуществляется в заключении, когда автор вновь обобщенно на более высоком уровне (уровне синтеза научного знания) еще раз повторяет основные концептуальные мысли, содержащиеся в произведении.

План свернутого, сжатого содержания представлен заглавием работы (текста), аннотацией и оглавлением, в котором зафиксированы названия всех частей и разделов текста. Это план так называемых вторичных текстов.

Заглавие научного текста (впрочем, не только научного), неся в себе определенную информацию об обозначаемом им тексте, кратко, но достаточно полно отражает основное содержание работы и ее идею. Оно является, образно говоря, квинтэссенцией всего произведения, «сгущенным квантом мысли», в сжатом, концентрированном виде отражающим его основное смысловое содержание.

Заглавие работы впервые акцентирует внимание читателя на основной идее авторской концепции. То, что в заглавии выражено в предельно краткой форме, в тексте затем раскрывается с нужной степенью подробности. Заглавие - это высший уровень обобщения содержания текста.

Вторым уровнем обобщения содержания научного текста является аннотация. В аннотации обобщается содержание всего текста. Она выполняет «осведомительную, сигнальную функцию», содержит ориентирующие сведения. Этот очень небольшой по объему вторичный текст (обычно из пяти-шести предложений) содержит целый ряд концептуальных мыслей.

Главная цель аннотации — констатация основных проблем, решаемых автором в основном тексте. По сути, это некоторое повторение к заголовку, только уже развернутое.

Последним звеном в рамках плана сжатого выражения содержания является оглавление.

В оглавлении научной работы кратко представлены, по существу, все важнейшие смысловые компоненты содержания, основные темы, содержащие все подтемы и микротемы данного текста. Оглавление служит своего рода основанием, на котором разворачивается все обширное (по сравнению с оглавлением) содержание.

Основными свойствами научного текста считают связность, цельность и логичность. О «подчеркнутой логичности» как од-ной из главных черт научной речи мы уже говорили. Цельность (целостность) текста проявляется на уровне содержания (единство темы), функции (стилистическое единство: в научном тексте не должно быть языковых средств из разговорного, например, стиля) и формы (структурное единство).

Целостность текста определяется наличием границ текста (начала и конца), завершенностью и связностью, проявляющейся в том, что все компоненты текста непосредственно или опосредованно взаимосвязаны в некоторую структуру.

Связность текста проявляется в объединении таких его аспектов, как содержание, оценка содержания, композиция содержания, а также связь предложений, абзацев, сверхабзацев.

В научном тексте невозможно найти ни одного предложения, которое не было бы связано с тем или иным предложением контактной или дистантной связью.

Некоторые исследователи выделяют в научных текстах такие структурные компоненты, как предмет рассмотрения, установка автора, источники, недостатки предыдущих работ, область применения, назначение, средства реализации, аппарат, примеры, выводы, результаты, рекомендации. Среди этих компонентов есть как устойчивые, которые, по-видимому, должны быть в каждом тексте, так и факультативные.

Смысловую структуру текста можно представить в виде фаз (этапов) коммуникативно-познавательной деятельности ученого (от проблемной ситуации, проблемы, идеи, гипотезы, ее доказательства до закона-вывода), причем последовательность этапов может варьироваться.

Правила построения научного текста:

Запрещается создавать научный текст, не обозначив точно, к какой области знания относится данный текст.

Запрещается создавать научный текст без ясного указания на предшествующие исследования по данному предмету (цитирование). Это запрещение может быть ослаблено в том случае, если предмет рассматривается впервые,

Запрещается излагать свои мысли вне системы терминов и понятий, регулирующей правила пользования языком, т.е. вне правил лингвистики, логики и математики.

Запрещается выходить, не оговорив этого специально, за пределы исходных посылок того или иного вида научного знания.

Алгоритм написания и опубликования научной статьи

В алгоритме написания научной статьи условно выделяют следующие этапы: формулировка замысла и составление плана статьи; отбор и подготовка материалов; группирование материалов; проработка рукописи; проверка правильности оформления, литературная правка.

Формулировка замысла осуществляется на первом этапе. Следует четко определить цель данной работы; на какой круг читателей она рассчитана; какие материалы в ней подавать; какая полнота и основательность изложения предусматривается; теоретическое или практическое направление; какие иллюстративные материалы необходимы для раскрытия ее содержания. Определяется название работы, которое потом можно корректировать.

На этапе формулировки замысла желательно составить план научной статьи. Иногда необходимо составить план-проспект, который требует издательства вместе с заказом на издание. План-проспект отображает замысел работы и воспроизводит структуру будущей публикации.

Отбор и подготовка материалов связаны с тщательным отбором исходного материала: сокращение к желаемому объему, дополнение необходимой информацией, объединение разрозненных данных, уточнение таблиц, схем, графиков. Подготовка материалов может осуществляться в любой последовательности, отдельными частями, без тщательной стилистической отработки. Главное - подготовить материалы в полном объеме для следующих этапов работы над рукописью.

Группирование материала - выбирается вариант его последовательного размещения согласно плану статьи. Предельно облегчает этот процесс персональный компьютер. Набранное в текстовом редакторе произведение можно легко необходимым образом структурировать. Появляется возможность, во-первых, увидеть каждую из частей статьи и ее

всю в целом; во-вторых, проследить развитие основных положений; в-третьих, добиться правильной последовательности изложения; в-четвертых, определить, какие части работы нуждаются в дополнении или сокращении. При этом все материалы постепенно размещают в надлежащем порядке, в соответствии с замыслом. Если же компьютера нет, то рекомендуется каждый раздел писать на отдельных листах или карточках на одной стороне, чтобы потом их можно было разрезать и разместить в определенной последовательности.

Параллельно с группированием материала определяется рубрикация статьи, то есть деление ее на логично подчиненные элементы - части, разделы, подразделы, пункты. Правильность формулировок и соответствие названий рубрик можно проверить на компьютере. При других условиях это можно сделать через написание заглавий на отдельных полосках бумаги. Сначала они раскладываются в определенной последовательности, а затем приклеиваются к соответствующим материалам.

Результатом этого этапа является логическое сочетание частей рукописи, создание ее чернового макета, который нуждается в последующей обработке.

Проработка рукописи состоит из уточнения ее содержания, оформления и литературной правки. Этот этап еще называют работой над «беловой» рукописью.

Шлифование текста рукописи начинается с оценки его содержания и структуры. Проверяется и критически оценивается каждый вывод, каждая формула, таблица, каждое предложение, отдельное слово. Следует проверить, насколько название статьи отвечает ее содержанию, насколько логично и последовательно изложен материал. Целесообразно еще раз проверить аргументированность основных положений, научную новизну, теоретическую и практическую значимость работы, ее выводы и рекомендации. Следует иметь в виду, что одинаково неуместным является избыточный лаконизм и избыточная детализация в изложении материала. Помогают восприятию содержания работы таблицы, схемы и графики.

Проверка правильности оформления. Это касается рубрикации ссылок на литературные источники, цитирования, написания чисел, знаков, физических и математических величин, формул, построения таблиц, подготовки иллюстративного материала, создания библиографического описания, библиографических указателей. К правилам оформления печатных изданий выдвигаются специфические требования, потому следует руководствоваться государственными эталонами, справочниками, учебниками, требованиями издательств и редакций.

Литературная правка. Ее сложность зависит от лингвостилевой культуры автора. Одновременно с литературной правкой автор решает, как разместить текст и какие нужны в нем выделения.

После того, как статья считается готовой, она предоставляется в редакцию в соответствии с требованиями, которые публикуются в отдельных номерах журналов или сборниках в виде справки авторам.

Оптимальный объем научной статьи - 6-12 страниц (0,5 - 0,7 печатной страницы.).

Рукопись статьи подписывается автором и предоставляется в редакцию в двух экземплярах и на электронном носителе.

Особенно ценными являются статьи, опубликованные в профессиональных научных изданиях, утвержденных ВАК Минобрнауки России. Обязательным требованием к научным публикациям исследователя является отображение в них основных результатов научной работы, а также наличие в одном выпуске журнала не более одной статьи автора по теме исследования.

Следует помнить, что, представляя текст работы для публикации в журнале, автор гарантирует правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. В то же время редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования, поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

Плагиатом считается умышленное присвоение авторства чужого произведения науки или мысли, или искусства, или изобретения. Плагиат может быть нарушением авторско-правового законодательства и патентного законодательства и в качестве таковых может повлечь за собой юридическую ответственность автора.

Таким образом, хорошо сделанная статья является логическим завершением выполненной научной работы. Алгоритм подготовки, написания и опубликования научной статьи можно представить следующим образом:

1. Определится с готовностью приступить к написанию статьи и возможностью ее опубликования в открытой печати.
2. Составить подробный план построения статьи.
3. Разыскать всю необходимую информацию (монографии, статьи, выступления, книги, патенты и др.) и проанализировать ее.
4. Написать введение, в котором сформулировать необходимость данной статьи и ее основные направления.
5. Поработать над названием статьи.
6. В основной части статьи изложить ее содержание.
7. Сделать выводы.
8. Составить список литературы.
9. Написать аннотацию.
10. Провести авторское редактирование. Сократить все, что не несет полезной информации, вычеркнуть лишние слова, непонятные термины, неясности.
11. Отправить статью в редакцию. Прислушиваться к редакторским замечаниям, но не допускать искажения статьи при редактировании.

Правила оформления текстовых документов по ГОСТ 7.32 – 2001

Изложение текста и оформление работ следует выполнять в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2001

1 Текст работ следует печатать, соблюдая следующие требования:

- текст набирается шрифтом Times New Roman кеглем не менее 12, строчным, без выделения, с выравниванием по ширине;
- абзацный отступ должен быть одинаковым и равен по всему тексту 1,27 см;
- строки разделяются полуторным интервалом;
- поля страницы: верхнее и нижнее не менее 20 мм, левое не менее 30 мм, правое не менее 10 мм;
- полужирный шрифт не применяется;
- разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, теоремах, применяя шрифты разной гарнитуры;

введение и заключение не нумеруются.

2 Основную часть работы следует делить на разделы и подразделы:

разделы и подразделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах всего текста, за исключением приложений;

нумеровать их следует арабскими цифрами;

номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой;

после номера раздела и подраздела в тексте точку не ставят;

разделы и подразделы должны иметь заголовки;

заголовки разделов и подразделов следует печатать с абзацного отступа с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая;

если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой;

переносы слов в заголовках не допускаются.

3 Нумерация страниц текстовых документов:

страницы работ следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работ;

титульный лист включают в общую нумерацию страниц работ;

номер страницы на титульном листе не проставляют;

номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки.

Формулирование темы, замысла и названия научной статьи

Тема научной статьи – ракурс, в котором рассматривается проблема. Она представляет объект изучения в определенном аспекте, характерном для данной работы.

Работа над формулированием темы научной статьи начинается с формированием в сознании автора четкого представления об уровне разработки предполагаемой темы в науке. В ходе этого этапа автор знакомится с основной научной литературой, которая касается выбранной темы (монографии, статьи, выступления на научных конференциях). Поиску этой литературы помогут систематический и алфавитный сборники, разнообразные библиографические указатели, а также Интернет.

Литературу целесообразно каталогизировать путем фиксации на отдельных карточках, в тетрадях или в электронной базе данных всех выходных данных о научном труде - фамилия и инициалы автора, название, место (электронный адрес) и год издания, название издательства, количестве страниц, краткое содержание или цитаты.

Усиливает достоверность полученных результатов комбинированное использование источников разных типов, но очень важно, чтобы эти источники точно отвечали поставленным заданиям и соответствовали теме научной статьи.

Фактический материал удобнее всего систематизировать в электронных файлах с обязательным указанием источника (название произведения, журнала, газеты, словаря и страницы и т.п.). Результаты проведенных экспериментов могут подаваться в графике, таблицах или формулах.

Основные критерии выбора темы:

желательно, чтобы тема представляла интерес для студента не только на данный момент, но и на перспективу;

выбор темы обоюднo мотивирован интересом к ней и студента и преподавателя (научного руководителя). В какой-то мере это может напомнить традиционные отношения «мастер - ученик»;

□ тема может быть реализуема в имеющихся условиях. Это значит, что по выбранной теме должна быть доступной информация.

Выбрав тему и сформировав замысел научной статьи, далее следует перейти к формулированию ее названия. Правильно выбрать название статьи – наполовину обеспечить ее прочтение и цитирование в будущем. Поиску удачного названия всегда следует посвящать время, хотя речь идет всего лишь об одной фразе. Название должно быть информативным и отражать содержание статьи, а также быть привлекательным, броским. Это особенно важно сейчас — в связи с огромным потоком информации. Из-за неточного названия важная и нужная статья может оказаться незамеченной.

Название статьи – это комбинация из наименьшего количества слов, которая адекватно описывает ее содержание. Название или Заголовок единственная часть статьи, относительно которой можно сказать, что она будет обязательно прочитана. Очевидно, что название будет прочитано наибольшим количеством читателей, а точнее сказать всеми теми, кто будет просматривать содержание данного номера журнала, а также теми, кто натолкнется на статью при поиске информации в Интернете. Возможно, тысячи людей просмотрят название статьи и лишь единицы прочитают всю статью целиком.

Функция названия – привлечь как можно больше заинтересованных читателей к прочтению самой статьи. Для того чтобы привлечь внимание именно тех, кому статья может быть интересна, название должно как можно более точно и полно соответствовать содержанию статьи. Именно поэтому подбирать слова для названия надо с величайшей тщательностью, особенно обращая внимание на их информационную наполненность, значимость и сочетаемость. Если название не будет передавать содержание статьи должным образом, то возможно статья никогда не будет прочитана теми специалистами, для которых она была предназначена.

Название статьи не должно быть слишком длинным или слишком коротким и должно содержать не менее 3 и не более 15 слов (не считая предлогов). Иногда заголовки статей получаются слишком длинными из-за присутствия в них «мусорных» слов, т.е. слов, которые не несут практически никакой информационной нагрузки. Очень часто такие слова находятся прямо в начале названия.

Обычно название статьи представляет собой ярлык, а не полное предложение, состоящее из подлежащего, сказуемого и т.д. Немногие журналы разрешают использовать в качестве заголовка статьи полные предложения. Если у Вас есть желание использовать в качестве названия полное предложение, то прежде чем потратить много времени на его формулировку посмотрите, встречаются ли в выбранном Вами журнале, хотя бы единичные статьи с такими названиями.

Можно считать правилом, что название статьи не может содержать сокращений, формул, торговых названий, узкоспециальных, жаргонных слов, а также необычных, «самодельных» терминов.

Хотя сама статья начинается с названия, оно, чаще всего, окончательно формулируется уже после того, как статья написана, и не так уж редко редактируется еще раз после замечаний рецензентов и редакторов. Однако, практика показывает, что прежде чем приступить к написанию статьи, следует придумать ей «рабочее» название.

Таким образом, основные черты хорошего названия научной статьи следующие: состоит не менее чем из 3 и не более 15 слов; специфично содержанию статьи; не содержит мусорных слов.

Композиция научной статьи

Рукопись статьи, как правило, должна содержать полное название работы, фамилию и инициалы автора, аннотацию на двух языках (русском, английском), вступление (введение), основную часть (методику исследования, полученные результаты и их объяснение), выводы (заключение) и список литературы (литературу). Возможен перечень условных сокращений. Сегодня большинство научных издательств также требует указывать в начале статьи ее ключевые слова на русском и английском языках.

Статья имеет простую структуру, ее текст, как правило, не разделяется на разделы и подразделы. Условно в тексте можно выделить такие структурные элементы.

1. Аннотация. Она выполняет функцию расширенного названия статьи и повествует о ее содержании. Аннотация показывает, что, по мнению автора, наиболее ценно и применимо в выполненной им работе. Плохо написанная аннотация может испортить впечатление о хорошей статье.

2. Ключевые слова можно назвать поисковым образом научной статьи. По значению и смыслу набор ключевых слов близок к аннотации (реферату), плану и конспекту, которые тоже представляют документ с меньшей детализацией, но лишены синтаксической структуры. Во всех библиографических базах данных возможен поиск статей по ключевым словам. Ключевые слова должны отображать основные положения, достижения, результаты, основные точки научного интереса.

3. Вступление - постановка научной проблемы, ее актуальность, связь с важнейшими задачами, которые необходимо решить, значение для развития определенной отрасли науки или практической деятельности (1 абзац или 5-10 строк). Во Вступлении должна содержаться информация, которая позволит читателю понять и оценить результаты исследования, представленного в статье, без дополнительного обращения к другим литературным источникам.

Следует помнить, что статья может быть прочитана специалистами, не работающими в ее узкой тематической области. Поэтому именно во Вступлении как раз подходящее место для определений все узкоспециальных терминов и аббревиатур, которые будут использоваться далее в тексте статьи.

Формулировка темы отражает сосуществование в науке уже известного и еще не исследованного, т.е. процесс развития научного познания. Вследствие этой причины очень ответственным этапом в подготовке исследования становится этап обоснования актуальности темы.

Обосновать актуальность - значит объяснить необходимость изучения данной темы в контексте общего процесса научного познания. Определение актуальности исследования - обязательное требование научной работы.

4. Основные (последние по времени) исследования и публикации, на которые опирается автор; современные взгляды на проблему; трудности при разработке данного вопроса, выделение нерешенных вопросов в пределах общей проблемы, которым посвящена статья (0,5 - 2 страницы машинописного текста через два интервала);

5. Формулировка цели статьи (постановка задачи) - выражается главная идея данной публикации, которая существенно отличается от современных представлений о проблеме, дополняет или углубляет уже известные подходы; обращается внимание на введение в научное обращение новых фактов, выводов, рекомендаций, закономерностей или уточнения

известных ранее, но недостаточно изученных. Цель статьи вытекает из постановки научной проблемы и обзора основных публикаций по теме (1 абзац, или 5-10 строк).

Чтобы успешно и с минимальными затратами времени справиться с формулировкой цели, нужно ответить себе на вопрос: «Что ты хочешь создать в итоге организуемого исследования?» Как правило, формулирование цели начинается с глаголов: выяснить, выявить, сформировать, обосновать, проверить, определить, создать, построить.

6. Изложение содержания собственного исследования - основная часть статьи. В ней освещают основные положения и результаты научного исследования, личные идеи, мысли, полученные научные факты, обнаруженные закономерности, связи, тенденции, программа эксперимента, методика получения и анализ фактического материала, личный вклад автора в достижение и реализацию основных выводов и тому подобное (5-6 страниц).

Главным в изложении содержания являются точность и краткость. Важны стройность изложения и отсутствие логических разрывов. Красной линией статьи должен стать общий ход мыслей автора. Текст полезно разбить на отдельные рубрики. Это облегчит читателю нахождение требуемого материала. Однако рубрики не должны быть излишне мелкими.

Автор должен стремиться быть однозначно понятным. Для этого ему необходимо следовать определенным правилам:

- употреблять только самые ясные и недвусмысленные термины;
- не употреблять слово, имеющее два значения, не определив, в каком из них оно будет применено;
- не применять одного слова в двух значениях и разных слов в одном значении.

Не следует злоупотреблять иноязычными терминами. Как правило, они не являются синонимами родных слов, между ними обычно имеются смысловые оттенки. Придумывать новые термины следует лишь в тех случаях, когда речь идет о новых, ранее неизвестных явлениях.

Научная статья должна быть написана живым, образным языком, что всегда отличает научные работы от не относящихся к таковым.

Необходимо безжалостно истреблять в тексте лишние слова: «в целях» вместо «для» и т.д. Следует также устранять всякие «загадочные» термины и избегать ненужной возвратной формы глаголов. Ее нужно применять, только когда речь идет о самопроизвольно протекающих процессах.

Запомните: внимание опытного читателя отвлекают всякие неправильности.

В ходе изложения содержания научной статьи можно использовать один из методических приемов: последовательный; целостный (со следующей обработкой каждой части, раздела); выборочный (части, разделы пишутся отдельно в любой последовательности). В зависимости от способа изложения разным будет темп и конечный итог.

Последовательное изложение материала логично предопределяет схему подготовки публикации: формулировки замысла и составления предварительного плана; отбор и подготовку материалов; группирование материалов; редактирование рукописи. Преимущество этого способа заключается в том, что изложение информации осуществляется в логической последовательности, которая исключает повторы и пропуски. Его недостатком является нерациональное использование времени. Пока автор не закончил полностью «дежурный» раздел, он не может перейти к следующему, а в это время материал, который почти не нуждается в чистовой проработке, ожидает свою очередь и лежит без движения.

Целостный способ - это написание всего труда в черновом варианте, а затем обработка его в частях и деталях, внесения дополнений и исправлений. Его преимущество заключается в

том, что почти вдвое экономится время при подготовке белого варианта рукописи. Вместе с тем есть опасность нарушения последовательности изложения материала.

Выборочное изложение материала достаточно часто используется исследователями. По мере готовности материала над ним работают в любой удобной последовательности. Необходимо каждый раздел доводить до конечного результата, чтобы при подготовке всего труда их части были почти готовы к публикации.

Каждый исследователь выбирает для себя самый пригодный способ для превращения т.н. чернового варианта рукописи в промежуточный или белой (окончательный).

Как правило, к основной части статьи предъявляются следующие требования:

- следует избегать стиля научного отчета или научно-популярной статьи;
- нецелесообразно ставить риторические вопросы;
- должны преобладать повествовательные предложения;
- не следует перегружать текст цифрами 1, 2 и др. при перечнях тех или других мыслей, положений;
- перечень элементов, позиций следует начинать с новой строки, отделяя их друг от друга точкой с запятой;
- в тексте приемлемым является использование разных видов перечня: сначала, в начале, потом, далее, наконец; во-первых, во-вторых, в-третьих; на первом этапе, на втором этапе;
- цитаты в статье используются очень редко; необходимо отметить основную идею, а после нее в скобках указать фамилию автора, который впервые ее выразил;
- поскольку все ссылки на авторитеты подаются в начале статьи, основной объем статьи посвящают изложению собственных мнений;
- для подтверждения достоверности своих выводов и рекомендаций не следует приводить высказывания других ученых, поскольку это свидетельствует, что идея исследователя не нова, была известна ранее и не подлежит сомнению.

7. Вывод, в котором формулируется основное умозаключение автора, содержание выводов и рекомендаций, их значение для теории и практики, общественная значимость; кратко обозначаются перспективы последующих исследований по теме (1/3 страницы).

Выводы нельзя отождествлять с аннотацией, у них разные функции. Выводы должны показывать, что получено, а аннотация - что сделано. Выводы не могут быть слишком многочисленными. Достаточно трех-пяти ценных для науки и производства выводов. Выводы должны иметь характер тезисов. К каждому из них автор мог бы добавить слова «автор утверждает, что...».

8. Литература. Важно правильно оформить ссылку на источник в списке литературы. Разные издательства предъявляют неодинаковые требования к его оформлению. Но в любом случае следует указать фамилии авторов, журнал (электронный адрес), год издания, том (выпуск), номер, страницы. Интересующийся читатель должен иметь возможность найти указанный литературный источник. Бывают случаи, когда по указанному адресу источник не удается обнаружить. Столкнувшись с этим, теряешь доверие и к автору, и к его работе.

Правила композиции основной части

1. Мысли должны быть связаны логически, вытекать одна из другой, дополнять друг друга (последовательность).

2. Учитывайте, что сильные доводы, новая информация всегда привлекают внимание, стремитесь делать сильное начало, эмоциональные «аргументы» помещайте в середине изложения, самые сильные аргументы приводи в конце (усиление).

3. Добивайтесь максимальной согласованности структуры выступления и его содержания. Разбивка изложения на пункты и их последовательность должны вытекать из самого материала, диктоваться им (органическое единство).

4. Используйте минимум слов, фактов, доказательств, только то, что ведет к раскрытию темы, уяснению ее сущности (экономия средств).

При написании основной части необходимо определить метод – выбор ключевых слов и их подача.

Для информационного доклада такими словами могут быть анализ, демонстрация, объяснение, суммирование, сравнение, описание, обсуждение, перечисление, показ.

Основная часть убеждающего доклада может включать слова принять, сделать, вступить, поддержать, согласиться, внести вклад, помочь, защитить, предложить, разделить мнение, выступить за.

Существует шесть методов изложения основной части:

Индуктивный метод - изложение материала от частного к общему. Выступающий начинает речь с частного случая, а затем подводит слушателей к обобщениям и выводам. Этот метод используется в агитационных выступлениях.

Дедуктивный метод – изложение материала от общего к частному. Докладчик вначале речи выдвигает какие-то положения, а потом разъясняет их смысл на конкретных примерах и фактах. Этот метод получил широкое распространение в выступлениях пропагандистского характера.

Метод аналогии – сопоставление различных явлений, событий, фактов. Обычно параллель проводится с тем, что хорошо известно слушателям. Это способствует лучшему пониманию излагаемого материала, помогает восприятию основных идей.

Концентрический метод - расположение материала вокруг главной проблемы, поднимаемой докладчиком. Выступающий переходит от общего рассмотрения центрального вопроса к более конкретному и углубленному его анализу.

Ступенчатый метод – последовательное изложение одного вопроса за другим. Рассмотрев какую-либо проблему, докладчик уже больше не возвращается к ней.

Исторический метод – изложение материала в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли в том или ином лице, предмете с течением времени.

Использование различных методов изложения материала в одном и том же докладе позволяет сделать структуру главной его части более оригинальной, нестандартной. Однако следует помнить, что каким бы методом не пользовался докладчик, его речь должна быть доказательной, суждения и положения убедительными.

Продумывая структуру своего доклада, докладчик не должен забывать о поддержании внимания, которое со временем притупляется и человек перестает слушать. Составляя свой доклад, следует определить, какой из существующих приемов использовать:

- обращение к слушателям с неожиданным вопросом;
- прерывание речи, использование паузы;
- вопросно-ответный ход;
- примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения и т.п.

Излагая основную часть доклада очень важно не перерасходовать время, обязательно оставив его для заключения.

Заключение является важной композиционной частью любого доклада. В заключении подводятся итоги, формулируются выводы, которые следуют из главной цели основной идеи выступления или аудитория побуждается к определенным действиям.

Некоторые исследователи коммуникаций предлагают закончить доклад обобщением, т.е. можно еще раз подчеркнуть важность проблемы, верность основной идеи, плодотворность использованного метода, при этом используя такие приемы, как: личный опыт, юмор, иллюстрации.

В отношении заключения можно порекомендовать соблюдать следующие правила:

1. Не заканчивайте доклад шуткой, особенно не относящейся к делу: это вызывает впечатление несерьезности.

2. Не допускайте в заключение многочисленных мелких добавлений, как например: «заканчивая, я хотел бы сказать...» и т.п.

3. Правильно рассчитывайте продолжительность доклада. Никогда не говорите, что не успели уложиться и поэтому вынуждены заканчивать (очень грубая и, к сожалению, часто встречающаяся ошибка).

Представление результатов исследования целевой аудитории

Основная задача создания презентации – это демонстрация Ваших идей перед различными категориями слушателей. В зависимости от категории слушателей должны меняться цели и задачи создания презентации, а соответственно, и ее содержание. Презентация должна иметь четкую, логическую структуру.

Презентация – это один из самых эффективных методов представления результатов научных исследований, и естественно, что она имеет определенную технологию подготовки и проведения. Успех презентации в очень большой степени зависит от того, насколько точно Вы сможете представить себе, что и в какой последовательности будет происходить во время ее проведения, кто будет слушать Вас, что Вы будете отвечать оппонентам или слушателям, что станете им показывать и как хотите выглядеть перед ними. Подготовка к проведению презентации начинается с ее планирования. Чтобы разработать успешный план, необходимо ответить себе на ряд вопросов:

Каковы ваши цели? Кто ваши слушатели? Они обладают практическим опытом и знаниями в области, которой посвящено ваше будущее выступление? Какова численность слушателей Вашего выступления?

Будут ли другие докладчики выступать с сообщениями, подобными вашему?

Сколько времени отведено на Ваше сообщение? Как вы планируете начать и закончить свое выступление? Как вы планируете структурировать Вашу презентацию и какие средства ресурсно-информационного обеспечения Вам потребуются? Определить круг вопросов, которые могут заинтересовать аудиторию и потребовать дополнительного обсуждения? Презентацию для немногочисленной группы участников целесообразно проводить, расположив всех ее участников за одним столом, особенно, если предполагается общее обсуждение. Планируя расстановку стульев для участников необходимо обеспечить комфортную видимость экрана презентации для всех участников одновременно.

Проведение презентаций в больших залах требует еще более тщательной подготовки. Многолюдные мероприятия, обычно носят официальный характер, и ваш успех в гораздо большей степени зависит от того, насколько правильно будет организована общая работа.

Готовясь к «большой» презентации, необходимо проконсультироваться с организаторами и согласовать свое выступление техническим персоналом.

Готовя презентацию, необходимо помнить, что на первом плане – выступающий, а не демонстрационные средства. Цель демонстрационных средств – поддержать объяснение, дополнить его, а не дать объяснение.

Например, слайды концентрируют внимание; помогают изменить ритм сообщения, вносят в него разнообразия и т. д. обеспечивают визуальную поддержку вербального объяснения; демонстрируют то, что невозможно описать вербально (график, диаграмма, исследуемые объекты или процессы микро- и макромира и др.) с их помощью можно преподнести большой объем информации за более короткое время.

Но презентация в целом теряет свою эффективность, если полностью положиться только на демонстрационные средства в попытке передать Ваше сообщение.

И так рассмотрим алгоритм подготовки к выступлению. Вам необходимо:

1. Подготовить текст выступления.
2. Подготовить краткий конспект презентации, который вовремя подскажет Вам что сказать, что сделать и когда это нужно сделать.
3. Прорепетировать Ваше выступление. Необходимо максимально воспроизвести условия вашей будущей презентации:

- репетиция в том же самом помещении (если возможно);
- использование тех же самых программно-аппаратных средств;
- повторение тех же самых движений и жестов;
- произнесение тех же слов;
- контроль соблюдения регламента.

При подготовке демонстрационного материала необходимо соблюдать ряд частных требований, обеспечивающих его более эффективное восприятие аудиторией с большого экрана.

1. Очевидность содержания является общим требованием, которое обеспечивает доступность восприятия материала, уяснение главного и исключает возможность различного толкования демонстрируемого материала. Она достигается четким выражением логики построения материала.

2. Фрагментарность материала. На предъявляемом для обозрения слайде должен быть помещен материал только по одному логически законченному вопросу, на котором необходимо сосредоточить внимание аудитории. Нельзя перегружать зрительное поле наглядным материалом по нескольким отдельным вопросам. Это рассеивает внимание Вашей аудитории и неизбежно приводит к уменьшению масштаба главного изображения.

3. Недопустимость перегрузок зрительного поля избыточной информацией. Многочисленные эксперименты показали, что наглядный информационный материал оправдывает свое назначение только в том случае, если он содержит не более девяти элементов. В противном случае материал оказывается трудным для восприятия и конспектирования, поэтому необходимо разделять сложные схемы или рисунки на части и демонстрировать их последовательно.

4. Применение цветовой гаммы. Для лучшего различия смежных деталей их необходимо окрашивать в разные цвета. Главные элементы – в наиболее яркие тона. Движущиеся элементы следует изображать в красных тонах. Во всех случаях фон должен быть светлым или прозрачным. Заполнять цветом ячейки блок-схем, если в ней имеются

надписи, не следует, так как это приводит к снижению контрастности и, следовательно, читаемости текста. Достаточно обвести цветом контуры ячейки.

5. Высокая контрастность изображения. Все линии должны быть четкими, достаточной толщины, даже с отступлением от ГОСТа, иначе они окажутся неразличимыми с больших расстояний рассматривания.

6. Полное использование площади кадра обусловлено необходимостью получения наибольшего масштаба изображения элементов наглядного материала и текста.

7. Минимум текста. Если кадр занят большим текстом, не остается места для наглядного материала. Основное место в кадре должно занимать наглядное изображение, текст дается по необходимости, и короткий.

Невыполнение хотя бы некоторых из этих требований может привести к снижению эффективности наглядного материала и нецелесообразности его демонстрации.

Полный текст доклада

При подготовке доклада на учебный семинар докладчик готовит полный текст доклада. При этом можно руководствоваться следующими правилами:

1. Пишите полный текст для недостаточно хорошо усвоенного материала, это способствует углубленному освоению темы.

2. Написанный текст дайте прочитать коллегам. Учтите их советы и замечания.

3. Приближайте текст к разговорной речи. Используйте несложные обороты, короткие предложения, постановку вопросов и ответы на них.

4. Путем корректирования текста добивайтесь соответствия выступления интересам различных категорий слушателей в одной аудитории.

5. К написанию текста приступайте после составления окончательного плана.

6. Начинайте писать текст с центральных разделов темы. Потом переходите к второстепенным и далее к введению и заключению.

Во время своего доклада:

1. Стремитесь к свободному чтению, без постоянного заглядывания в текст.

2. Сохраняйте визуальный контакт со слушателями, контролируйте их реакцию. Улавливайте отношение к себе и к тому, что говорите.

3. Не начинайте доклад с изложения его плана, если известно, что оно не записывается слушателями.

4. Избегайте диктовки литературы, если к тому нет особой необходимости.

Структура доклада

Выступающий должен уметь провести через весь процесс работы над докладом определенное организационное, структурное начало. Это в конечном итоге облегчает слушателям усвоение материала, придает докладу композиционное единство, обеспечивает согласование и даже известную гармонию частей доклада. Под структурой доклада понимается его построение, соотношение его отдельных частей и отношение каждой части ко всему докладу как единому целому.

Основными элементами структуры доклада являются:

1. Введение, которым докладчик привлекает внимание слушателей и настраивает их на тему своего выступления.

2. Стержневая идея.

3. Основная часть, в которой раскрываются главные пункты доклада.

4. Заключение, в котором подводятся итоги.

Примерное распределение времени:

- вступление и стержневая идея – 10-15%;
- основная часть – 60-65%;
- заключение – 20-30%.

Вступление необходимо в каждом докладе. Это диктуется необходимостью с чего-то начать, привлечь внимание слушателей, наладить контакт с аудиторией. Собственная структура вступления может включать в себя следующие элементы:

1. Вступительное замечание.
2. Формулировка конкретной цели доклада для слушателей, в отличие от собственных целей выступающего (т.н. ориентирование слушателей).
3. Обзор главных вопросов темы доклада, если выступление достаточно продолжительно.

Цель введения – привлечь внимание слушателей и ориентировать их на материал, который будет представлен в докладе. Привлечь внимание можно одним из следующих способов:

- рассказать что-то из личного опыта;
- дать иллюстрацию в виде словесного рассказа или наглядного изображения;
- обратиться к чему-либо, известному из жизни всей аудитории;
- начать с риторического вопроса;
- начать выступление с какой-нибудь потрясающей цитаты известного человека.

Ориентирующий материал дает аудитории основу, необходимую для понимания основного содержания доклада. Этот материал связан со стержневой идеей, в нем содержится необходимая информация, с его помощью докладчик устанавливает доверие к себе и показывает слушателям важность сообщения.

Чтобы ориентировать слушателей, можно:

- дать историческую основу;
- дать определение основных терминов;
- взять примеры из личного жизненного опыта и связать их с заданной темой;
- указать на важность темы для слушателей.

Начать доклад можно одним из следующих способов:

- сообщение темы и основных вопросов; характеристика их теоретического и практического значения;
- прямое приглашение к совместному обсуждению, поиску ответов на поставленные вопросы;
- краткая характеристика существа вопроса, формулирование основной мысли доклада;
- выражение своего отношения к собравшимся, обычно положительного, или даже подчеркнуто положительного, и другие.

Стержневая идея доклада должна быть представлена в виде краткого, ясного и четкого положения. Если этой идеи нет, аудитория подчас не может понять, о чем идет речь, и теряет внимание.

В Основной части доклада разворачивается стержневая идея, раскрываются ее аспекты. В ней излагается основной материал, последовательно разъясняются выдвинутые идеи и положения, доказываются их правильность, слушатели подводятся к необходимым выводам.

План развития основной части должен быть ясным. Предмет доклада должен раскрываться конкретно и стройно. Должно быть подобрано как можно больше фактологических материалов и необходимых примеров. Оживляют выступление примеры из художественной литературы, пословицы, поговорки, фразеологические выражения. Даже в серьезную по содержанию речь уместно ввести элементы юмора.

При этом следует также соблюдать ряд чисто методических правил:

1. Сложные вопросы должны получать в плане полный разворот.
2. Хорошо отложившиеся в памяти вопросы в плане могут быть обозначены одной-двумя фразами, или даже отдельными словами.
3. Выступающий имеет право рассматривать одни вопросы подробнее, другие в общих чертах, третьи и вовсе опустить. Но при этом обязательно должно даваться обоснование, почему рассматриваются одни вопросы и опущены другие.
4. Вопросы, стоящие близко друг к другу, по возможности должны объединяться.

Отбор необходимых компонентов ресурсно-информационной базы научных исследований для решения конкретных задач в процессе проведения научного исследования

При планировании научных работ исследователь, как правило сталкивается с проблемой выбора адекватного задаче комплекта инструментальных средств. В современных условиях при огромном многообразии аппаратно-программных средств и технологий такой выбор, чаще всего, происходит случайным образом из более узкого, но доступного исследователю набора. Бессистемный подход к выбору инструментальных средств реализации научного исследования существенно ограничивает возможности исследователя и негативно сказывается на результатах самого исследования.

Нам необходимо охарактеризовать практические аспекты использования современных информационно-коммуникационных технологий при проведении различных этапов научных исследований, а также необходимого иллюстративного и расчетно-графического материала для оформления результатов научного исследования. Рекомендованные инструментальные средства рассматриваются в связи с их широким распространением в российских и зарубежных высших учебных заведениях. Не являясь обязательными, данные инструментальные решения позволяют практически решать весь спектр задач, решаемых в процессе научной работы.

Необходимо отметить, что современное программно-аппаратное обеспечение системы электронного обеспечения научных исследований само является объектом изучения и требует серьезной самостоятельной подготовки к его использованию. Учитывая специфику электронной науки и пространственное разделение, научному работнику необходимо освоить не только собственный программно-аппаратный комплекс, но и программно-аппаратное обеспечение, используемое его коллегами по данному направлению исследований.

Для этого научному работнику потребуются актуализировать свои знания, умения и навыки в: информационно-коммуникационных технологий; основах фотографии, фотографирования, сканирования и последующей компьютерной обработки цифровых изображений (включая специальные виды фотосъемки); основах звукозаписи и компьютерной обработки аудиоинформации; основах видеосъемки и компьютерной обработки видеоматериалов (включая специальные виды видеосъемки) и т. д.

При подготовке научных материалов на электронных носителях научный работник должен, основываясь на необходимости соблюдения требований мультиплатформенности современных программно-аппаратных платформ, выбрать формат будущей электронной научной публикации.

Portable Document Format (PDF) – кроссплатформенный формат электронных документов, созданный фирмой Adobe Systems. С 1 июля 2008 года является открытым стандартом ISO 32000. В первую очередь предназначен для представления в электронном виде полиграфической продукции. Традиционным способом создания PDF-документов является виртуальный принтер, то есть документ готовится в своей специализированной программе (графическом, текстовом редакторе, САПР и т. д.), а затем экспортируется в формат PDF для распространения в электронном виде, передачи в типографию и т. п.

Формат PDF позволяет внедрять необходимые шрифты (построчный текст), векторные и растровые изображения, формы и мультимедиа компоненты. Включает механизм электронных подписей для защиты и проверки подлинности документов. В этом формате распространяется большое количество сопутствующей документации.

При подготовке мультимедийного наполнения электронного документа, исследователю, также может потребоваться комплекс всевозможных электронных устройств, периферийного оборудования и устройств оргтехники.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Аннотация научной статьи выполняет функцию: ...
2. Приведите приме аннотации
3. Чем аннотация отличается от введения
4. Чем выражается главная идея научной публикации, приведите примеры
5. Какие из перечисленных целей были преследованы при создании ГСНТИ

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 1. Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
---	---------------------	----------------------------

п/п		
1.	Системы доступа к научно-технической информации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Поиск, нахождение и обработка научной информации	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Регистрация поступивших материалов заявки на полезную модель	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Базы данных о публикациях	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Основные используемые в наукометрии показатели	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

Текст лекции.

Научно-техническая информация – документированная информация, возникающая в результате научного и технического развития, а также информация, в которой нуждаются руководители, научные, инженерные и технические работники в процессе своей деятельности, включая специализированную экономическую и нормативно-правовую информацию. Исходя из задач развития науки и практики, в соответствии с социально-экономической структурой нашего общества создана единая государственная система научно-технической информации (ГСНТИ).

Государственная система научно-технической информации (ГСНТИ) – это средство создания и эффективного использования государственных ресурсов научно-технической информации. ГСНТИ осуществляет сбор, хранение и обработку отечественных и зарубежных источников НТИ; ведение информационных фондов, баз и банков данных; организацию информационного обслуживания на их основе. В ГСНТИ входят федеральные, отраслевые, региональные органы НТИ и научно-технические библиотеки.

Создатели сайта «Нормативная база ГСНТИ» преследовали следующие цели:

- информирование широкой общественности о деятельности ГСНТИ
- предоставление свободного доступа к текстам официальных документов, регламентирующих деятельность в сфере научнотехнической информации, архивного, библиотечного и издательского дела, составляющим нормативно-правовую базу ГСНТИ
- повышение эффективности как научных исследований, так и информационной деятельности.

Международный центр научной и технической информации (МЦНТИ) МЦНТИ – межгосударственная организация, созданная 27 февраля 1969 г. в соответствии с положениями многостороннего межправительственного Соглашения об учреждении Международного центра научной и технической информации. Основной задачей МЦНТИ является оказание информационной, аналитической, консультационной и организационной поддержки международного сотрудничества в области науки, технологии и бизнеса. Международный центр научной и технической информации в соответствии с Положением о МЦНТИ выполняет возложенные на него задачи совместно с заинтересованными органами информации национальных систем и отдельными учеными и специалистами государств – членов на основе договоров и соглашений о сотрудничестве

Министерство образования и науки РФ. Федеральное государственное научное учреждение «Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти» ЦИТиС, как федеральный информационный центр, осуществляет формирование и поддержку национального библиотечно-информационного фонда Российской Федерации в части открытых неопубликованных источников научной и технической информации – отчётов

НИОКР (Научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы), кандидатских и докторских диссертаций, описаний алгоритмов и программ. В ЦИТиС функционирует комплекс, состоящий из:

- автоматизированной системы информации по науке и технике (АСИНИТ) для выполнения задач по комплектованию обязательного экземпляра неопубликованных документов, его государственной регистрации и учёту, выпуску информационных изданий и информированию в Интернете о нём, обеспечению его постоянного хранения и использования;
- единого реестра результатов научно-технической деятельности (ЕР РНТД) с утверждёнными формами учёта РНТД.

В основу информационной деятельности в нашей стране положен принцип централизованной обработки научных документов, позволяющий с наименьшими затратами достигнуть полного охвата мировых источников информации и наиболее квалифицированно их обобщить и систематизировать.

В результате этой обработки подготавливаются различные формы информационных изданий.

- Реферативные журналы (РЖ) - основное информационное издание, содержащее преимущественно рефераты, иногда аннотации и библиографические описания литературы, представляющей наибольший интерес для науки и практики. С 1952 года Всероссийский институт научной и технической информации (ВИНИТИ) издаёт Реферативный журнал по различным областям науки и техники. В более 200 тематических выпусках журнала (с периодичностью 1-2 раза в месяц) публикуются рефераты на основе обработки около одного миллиона документов (диссертаций, журналов, книг) ежегодно из 130 стран мира на 66 языках в области точных, естественных, медицинских и технических наук.

□ Бюллетени сигнальной информации (БСИ) - включают в себя библиографические описания литературы, выходящей по определенным отраслям знаний. Основная их задача - оперативное информирование обо всех научных и технических новинках.

□ Экспресс-информация (ЭИ) - информационные издания, содержащие расширенные рефераты статей, описаний изобретений и других публикаций, позволяющих не обращаться к первоисточнику.

□ Аналитические обзоры (АО) - информационные издания, дающие представление о состоянии и тенденциях развития определенной области (раздела, проблемы) науки или техники.

□ Реферативные обзоры (РО) - в целом преследуют ту же цель, что и аналитические, но в отличие от них носят более описательный характер, без оценки содержащихся в обзоре сведений.

□ Печатные библиографические карточки - содержат полное библиографическое описание источника информации.

Системы доступа к научно-технической информации

На международном уровне действуют также системы доступа к научно-технической информации, используемые, прежде всего, научным сообществом. В качестве примера можно упомянуть STN – международную сеть научной и технической информации. В рамках этой сети поддерживается более 200 баз данных, посвященных различным областям науки и техники. Базы данных, доступные через STN, содержат библиографическую информацию, полные тексты публикаций, справочную информацию, данные о научных учреждениях или об исследовательских проектах. Ряд баз данных посвящен проблемам загрязнения окружающей среды, ее охраны, а также смежным вопросам, например, свойствам токсичных веществ. Доступ к ресурсам STN платный, в России он осуществляется через Международный центр научной и технической информации (МЦНТИ). В настоящее время с ресурсами STN можно работать самостоятельно через Интернет, однако для этого необходима платная регистрация.

Так же получить научно-техническую информацию можно из газет, журналов, телевидения и интернета. Журнал «Техника – Молодежи» - научно-художественный журнал. Журнал «Наука в фокусе» Журнал «Открытия и гипотезы» Телеканал 24ТЕХНО 24ТЕХНО – круглосуточный познавательный канал о науке и технике. Лучшие научно-популярные программы и фильмы российского и зарубежного производства на одном канале. Формат: познавательный канал Дата запуска: июнь 2007 г. Сетка вещания: 24 часа в сутки Сайт <http://www.24techno.ru/about.php> Телеканал Science Channel - кабельный и спутниковый телеканал из серии каналов Discovery Channel, которые производит Discovery Communications. Программы Science Channel посвящены науке и охватывают многие её сферы, например, космос, технологии, геологию, животный мир, туризм.

Поиск, нахождение и обработка научной информации

Уровень развития науки в значительной степени определяется характером, достоверностью, целевым назначением информации, которая получена в результате познания. Информация есть теоретическим и экспериментальным основанием для достижения целей научных исследований и решению поставленных задач. Она является доказательством обоснованности научных положений, их достоверности и новизны.

Информация – это общенаучное понятие, которое содержит не только сведения, но и сбор, хранение и обработку.

Научная информация распространяется во времени и в пространстве по определенным каналам, средствам и методам.

В зависимости от накопления, использования, назначения и восприятия научная информация классифицируется на:

- техническую информацию;
- экономическую;
- социальную.

Таким образом, научно-техническая информация - это совокупность определенных, точных сведений о развитии природы, общества и человека, зафиксированных в научных документах.

Научный документ есть структурная единица информационных ресурсов.

Документ в науке - это материальный объект с информацией о фактах, событиях, явлениях объективной действительности и умственной деятельности людей, с определенным способом передачи и хранения во времени и в пространстве.

Классификация документов осуществляется на основе многих критериев.

По способу фиксации информации документы подразделяются на:

- письменные (материалы архивов, прессы, справочники, художественная литература и др. - т. е. те, в которых информация изложена в форме буквенного текста);
- статистические (имеются в виду те документы, в которых форма подачи информации в основном цифровая);
- иконографические (все изобразительные документы, статичные - скульптуры, дома, орнаменты, картины, фотографии, так и динамичные - кино-, теле-, видеоматериалы);
- фонетические (языковые материалы, разговоры и др. и в их озвученном виде - пленки, записи);
- документы, которые передают информацию в закодированном виде с помощью электронной техники.

Форма документа в значительной степени определяет способ его анализа.

В зависимости от статуса источника различают документы: официальные и неофициальные.

Также документы подразделяют на:

- первичные - в них содержатся результаты научных исследований и разработок, новые научные данные, идеи, факты. На основе этих документов формируется первичная информация;
- вторичные - где содержатся аналитико-синтетические и логические материалы, которые уже обработаны на основе первичных документов.

Такое разделение является условным. Важными источниками первичной информации есть книги, монографии, брошюры, пособия и периодические издания. Особое место среди книг, которые используются в сфере научной информации, занимают учебники и пособия - непериодические издания, в которых содержатся систематизированные сведения научного и прикладного характера и изложены в доступной форме.

Наиболее оперативным источником научно-технической информации есть периодические издания. Традиционными видами периодических изданий есть журналы и газеты. К периодическим также относят сборники научных трудов ученых ВУЗ, научно-исследовательских институтов.

К специальным видам технических изданий относят нормативно-техническую документацию, которая регламентирует научно-технический уровень и качество продукции: стандарты, типичные положения, методические разработки.

Научный документ отображает конкретную научную ситуацию на всех этапах научного исследования: от возникновения идеи до воплощения, проверки теории и практического ее внедрения.

Наиболее важной отраслью использования компьютеров есть образование глобальных телекоммуникационных сетей, которые бы соединяли человечество в единый информационный союз. Глобальная сеть Internet - это всемирное объединение региональных и корпоративных сетей, которые образуют единое информационное пространство благодаря использованию стандартных протоколов передачи информации.

Традиционным средством передачи и хранения информации есть приведение в порядок документальных фондов. Наиболее распространенной есть Универсальная десятичная классификация (УДК).

УДК - это международная универсальная система, которая позволяет детально представить содержание документальных фондов, обеспечить оперативный поиск информации. Она состоит из основной и вспомогательных таблиц. Основная таблица содержит понятия и соответствующие им индексы, с помощью которых систематизируют знания человечества.

В научно-исследовательской деятельности особое место занимает поиск и анализ научной информации.

Для проведения научного исследования необходима как первичная, так и вторичная информация.

Первичная информация - это исходные данные, которые являются результатом конкретных экспериментальных исследований, изучения практического опыта.

Вторичная информация - это результат аналитико-синтетической переработки первичной информации.

Этап сбора и отбора информации для проведения научных исследований является одним из ведущих. Его организация предусматривает:

- определение круга вопросов, которые будут изучаться;
- хронологические границы поиска необходимой информации;
- уточнение возможности использования литературы зарубежных авторов;
- уточнение источников информации (книги, статьи, стандарты или др.);
- определение степени отбора литературы - всю по этому вопросу или только отдельные материалы;
- участие в работе тематических семинаров и конференций; личные контакты со специалистами по данной проблеме;
- изучение архивных документов, научно-технических отчетов;
- поиск информации в Internet.

При поиске информации необходимо придерживаться определенных принципов ее формирования, а именно:

- актуальность информации должна реально отображать состояние объекта исследования в каждый момент времени;
- достоверность;

информационное единство, то есть соединение информации в такой системе показателей, при которой исключались бы вероятности противоречий в выводах и несогласованность первичных и полученных данных.

Поиск информации с каждым годом усложняется. Поэтому все научные работники должны знать основные положения информационного поиска.

Информационный поиск - это совокупность операций, нацеленных на поиск документов, которые нужны для разработки темы проблемы.

Поиск может быть: ручным, который осуществляется по библиографическим карточкам, картотекам, каталогам; автоматизированным.

Для подтверждения достоверности выводов и результатов исследования важное значение имеет первичная информация.

Наиболее распространенными и содержательными методами накопления первичной информации есть: опрос, наблюдение, эксперимент, тестирование и анкетирование.

Эффективным способом получения первичной информации есть анализ документов. Документы с различным уровнем полноты отображают экономическое содержание проблемы, фактологическую сторону социальной действительности; в них содержатся сведения о процессах и результатах деятельности предприятия, отдельных людей и общества в целом. Именно с анализа документов должно начинаться конкретное исследование.

Исследование документальных информационных потоков осуществляется с помощью использования банка данных, т.е., определенной совокупности программных, организационных, технических средств, предназначенных для централизованного накопления и многоцелевого использования информации, которая систематизирована и сконцентрирована в определенном месте (в памяти ЭОМ, библиотеке, каталоге, картотеке).

Под обработкой данных (информации) понимается:

- классификация данных (группировка);
- сортировка данных (упорядочение);
- вычисления и получение новых данных;
- укрупнение данных (агрегирование).

Поступление заявки в Патентное ведомство. Порядок обращения с документами заявки.

Регистрация поступивших материалов заявки на полезную модель

Поступившие в ФИПС материалы заявки регистрируются с простановкой даты их поступления, если эти материалы содержат, как минимум, заявление о выдаче свидетельства на русском языке. Материалы, не содержащие заявления на русском языке, возвращаются лицу, представившему эти материалы.

Заявке присваивается восьмизначный регистрационный номер Патентного ведомства (две цифры старших разрядов обозначают год подачи заявки, шесть остальных цифр - порядковый номер заявки в серии данного года).

О факте поступления материалов заявки заявитель уведомляется с сообщением ему регистрационного номера и даты поступления.

В случае отсутствия в поступивших материалах какого-либо из документов, указанных заявителем в заявлении о выдаче свидетельства, и/или перевода документов на русский язык, если они представлены на другом языке, заявитель дополнительно уведомляется об этом. При отсутствии перевода документов заявки на русский язык заявитель уведомляется также о необходимости его представления в течение двух месяцев с даты поступления материалов заявки.

Если при представлении документов заявки на ином языке, чем русский, в материалах заявки имеется ходатайство о досрочном начале формальной экспертизы, заявитель уведомляется о невозможности проведения формальной экспертизы до получения перевода на русский язык.

Зарегистрированные материалы заявки возврату не подлежат. Решение об отказе в выдаче свидетельства. Если в результате формальной экспертизы заявки установлено, что она оформлена на предложение, которое не относится к объектам, охраняемым в качестве полезных моделей, заявителю направляется решение об отказе в выдаче свидетельства (пункт 2 статьи 23 Закона). Если заявленный объект охарактеризован в многозвенной формуле и содержание зависимого пункта обуславливает противоречие этого объекта общественным интересам, принципам гуманности и морали, такой объект не признается патентоспособной полезной моделью.

В случае, когда объект, охарактеризованный в каком-либо пункте формулы, с учетом изложенного выше не может быть признан патентоспособной полезной моделью, заявителю направляется запрос с изложением доводов, которые могут послужить основанием для отказа в выдаче свидетельства, ссылок на соответствующие источники информации, если они необходимы, и предложением опровергнуть приведенные доводы с подтверждением формулы полезной модели либо изменить формулу полезной модели, скорректировав или изъяв из нее соответствующий пункт.

Если в своем ответе заявитель не опроверг доводы экспертизы и не привел формулу с предложенными в запросе изменениями, принимается решение об отказе в выдаче свидетельства.

При этом в решении может быть отмечена принципиальная охраноспособность предложений, охарактеризованных в других пунктах формулы (если это установлено в процессе экспертизы).

Решение об отказе в выдаче свидетельства по данной заявке принимается также в случае, когда в соответствии с пунктом 6 статьи 19 Закона патент (свидетельство) на идентичный объект промышленной собственности, имеющий ту же дату приоритета, выдан по другой заявке.

В решении об отказе в выдаче свидетельства дополнительно сообщается о праве заявителя в случае несогласия с приведенными доводами подать возражение в Апелляционную палату Патентного ведомства в течение двух месяцев с даты получения решения.

Пропущенный заявителем срок подачи возражения может быть восстановлен при условии подтверждения уважительных причин и уплате пошлины. Соответствующее ходатайство может быть подано не позднее двенадцати месяцев со дня истечения пропущенного срока. Вместе с ходатайством представляется документ, подтверждающий уплату пошлины в установленном размере. Если указанный документ не представлен, ходатайство считается неподанным, о чем заявитель уведомляется.

Решение о выдаче свидетельства

Если заявка содержит все необходимые документы, соблюдены требования к ним, установленные настоящими Правилами, и заявленное предложение относится к патентоспособным объектам, принимается решение о выдаче свидетельства на полезную модель с формулой, предложенной заявителем (пункт 2 статьи 23 Закона). В решении

заявитель уведомляется о положительном результате формальной экспертизы и об установлении приоритета полезной модели.

Формула полезной модели в решении приводится в редакции, предложенной заявителем, и в том случае, когда в ответ на запрос, направленный в соответствии с положением абзаца пятого подпункта пункта 16.3 Правил, заявитель в установленный срок не скорректировал формулу полезной модели, но пошлина уплачена за все полезные модели, охарактеризованные в формуле, и требование единства полезной модели соблюдено.

В том случае, когда предложенная заявителем формула полезной модели содержит ошибки в орфографии, пунктуации, при подготовке решения о выдаче свидетельства в формулу вносятся соответствующие исправления.

В решении указывается, что в соответствии с пунктом 1 статьи 23 Закона свидетельство выдается без проверки соответствия заявленной полезной модели условиям патентоспособности, установленным в пункте 1 статьи 5 Закона, под ответственность заявителя без гарантии действительности.

В случае оспаривания свидетельства по основанию, предусмотренному подпунктом "а" пункта 1 статьи 29 Закона, Апелляционная палата Патентного ведомства учитывает следующее.

Охраняемая свидетельством полезная модель считается соответствующей условию «новизны», если в уровне техники не известно средство того же назначения, что и полезная модель, которому присущи все приведенные в независимом пункте формулы полезной модели существенные признаки, включая характеристику назначения.

При этом, для целей статьи 5 Закона:

к заявкам, поданным в Российской Федерации, приравниваются также заявки на выдачу авторских свидетельств или патентов СССР на изобретения, по которым в установленном порядке поданы ходатайства о выдаче патентов Российской Федерации, и международные заявки, по которым установлена дата международной подачи и в которых содержится указание СССР или Российской Федерации;

под заявками, поданными другими лицами, понимаются заявки, состав заявителей которых отличается от состава заявителей данной заявки;

под отозванными понимаются заявки, отозванные их заявителями, а также заявки, считающиеся или признанные отозванными;

международная заявка включается в уровень техники, если не прекращено ее действие в отношении Российской Федерации;

заявка включается в уровень техники в отношении описания и формулы, содержащихся в этой заявке на дату, на которую поступили заявление, описание, формула и чертежи (для заявок на изобретение - только в случае, если в описании имеются ссылки на них). Если эта дата более поздняя, чем дата приоритета рассматриваемой заявки, то заявка с более ранним приоритетом включается в уровень техники в части ее содержания, совпадающей с содержанием материалов, послуживших основанием для установления приоритета (первая заявка, ранее поданная заявка, дополнительные материалы к этой заявке);

запатентованные (в том числе и тем же лицом) в Российской Федерации изобретения и полезные модели (то есть зарегистрированные в соответствующих Государственных реестрах СССР и Российской Федерации) включаются в уровень техники только в отношении формулы, с которой состоялась регистрация изобретения или полезной модели в соответствующем реестре.

Охраняемая свидетельством полезная модель считается соответствующей условию «промышленной применимости», если выполняются следующие условия:

в заявке, на основании которой свидетельство выдано, указано конкретное назначение полезной модели как средства производства или предмета потребления либо их составных частей, или это назначение прямо следует из названия полезной модели или, из формулы полезной модели;

при выполнении полезной модели в соответствии с каждым пунктом формулы действительно реализуется указанное назначение;

имеются известные на дату приоритета или описанные в заявке (а при установлении более раннего приоритета, чем дата поступления заявки - как в заявке, так и в материалах, на основании которых установлен приоритет) средства и методы, позволяющие осуществить полезную модель в том виде, как она охарактеризована в любом из пунктов формулы.

Постановление Правительства РФ от 24.07.1997 N 950 (ред. от 04.05.2018) «Об утверждении Положения о государственной системе научно-технической информации»

1. Государственная система научно-технической информации представляет собой совокупность научно-технических библиотек и организаций - юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, специализирующихся на сборе и обработке научно-технической информации и взаимодействующих между собой с учетом принятых на себя системных обязательств.

2. Целью создания государственной системы научно-технической информации является обеспечение формирования и эффективного использования государственных ресурсов научно-технической информации, их интеграция в мировое информационное пространство и содействие созданию рынка информационных продукции и услуг.

3. В состав государственной системы научно-технической информации входят федеральные органы научно-технической информации и научно-технические библиотеки, отраслевые органы научно-технической информации и научно-технические библиотеки, региональные центры научно-технической информации.

Органы научно-технической информации, научно-технические библиотеки и центры обеспечивают сбор, хранение и обработку отечественных и зарубежных источников научно-технической информации, формирование, ведение и организацию использования федеральных, отраслевых и региональных информационных фондов, баз и банков данных, составляющих государственные ресурсы научно-технической информации.

4. К федеральным органам научно-технической информации и научно-техническим библиотекам, обеспечивающим формирование, ведение и организацию использования федеральных информационных фондов, баз и банков данных по различным видам источников научно-технической информации и направлений науки и техники относятся:

Центр информационных технологий и систем органов исполнительной власти – по ведущимся в стране и законченным открытым научно-исследовательским и опытно-конструкторским работам, защищенным диссертациям на соискание ученых степеней, алгоритмам и программам;

федеральное государственное унитарное предприятие Научно-технический центр оборонного комплекса «Компас» - по научно-исследовательским, опытно-

конструкторским работам и результатам научно-технической деятельности оборонного комплекса;

□ федеральное государственное учреждение «Российское энергетическое агентство» Министерства энергетики Российской Федерации - по использованию результатов научно-технической деятельности предприятий и организаций, а также организации обмена этой информацией между регионами;

□ Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук и Министерства науки и технологий Российской Федерации, Государственная публичная научно-техническая библиотека Министерства науки и технологий Российской Федерации, Библиотека Российской академии наук, Библиотека по естественным наукам Российской академии наук и Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук - по естественным и техническим наукам;

□ Государственная центральная научная медицинская библиотека Министерства здравоохранения Российской Федерации - по медицине и здравоохранению;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт информации и технико-экономических исследований агропромышленного комплекса Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации и Центральная научная сельскохозяйственная библиотека Российской академии сельскохозяйственных наук - по сельскому хозяйству;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт растениеводства имени Н.И. Вавилова Российской академии сельскохозяйственных наук - по национальному генофонду сельскохозяйственных растений;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт племенного дела Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации - по национальному генофонду сельскохозяйственных животных;

□ Государственный научно-исследовательский институт озерного и речного рыбного хозяйства Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации - по национальному генофонду рыб;

□ Всероссийский государственный научно-исследовательский институт контроля, стандартизации и сертификации ветеринарных препаратов Министерства сельского хозяйства и продовольствия Российской Федерации - по национальному фонду ветеринарных препаратов, штаммов микроорганизмов;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт научно-технического прогресса и информации в строительстве и Центральная научно-техническая библиотека по строительству и архитектуре Государственного комитета Российской Федерации по жилищной и строительной политике - по строительству и архитектуре;

□ Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук - по общественным наукам;

□ Российский федеральный геологический фонд, Всероссийский научно-исследовательский институт экономики минерального сырья и недропользования и Всероссийская геологическая библиотека Министерства природных ресурсов Российской Федерации - по геологии и минерально-сырьевым ресурсам;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт гидрометеорологической информации - Мировой центр данных Федеральной службы по гидрометеорологии и мониторингу окружающей среды - по метеорологии и другим смежным областям, включая

климатологию, агрометеорологию, гидрологию, геофизику, океанологию, мониторинг состояния и загрязнения окружающей среды;

□ Федеральный фонд государственных стандартов, общероссийских классификаторов технико-экономической информации, международных (региональных) стандартов, правил, норм и рекомендаций по стандартизации, национальных стандартов зарубежных стран Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации - по нормативным документам по стандартизации, метрологии и сертификации;

□ Федеральный институт промышленной собственности и Информационно-издательский центр Российского агентства по патентам и товарным знакам - по патентной документации, относящейся к изобретениям, полезным моделям, промышленным образцам, товарным знакам, знакам обслуживания и наименованиям мест происхождения товаров, а также по документации, относящейся к зарегистрированным программам для ЭВМ, базам данных и топологиям интегральных микросхем;

□ Федеральное государственное унитарное предприятие "Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)" - по опубликованным в Российской Федерации произведениям печати и государственной библиографии;

□ Всероссийский научно-исследовательский институт проблем машиностроения Министерства науки и технологий Российской Федерации и Всероссийский научно-исследовательский институт стандартизации Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации - по отечественным и иностранным каталогам на промышленную продукцию;

□ Всероссийский научно-исследовательский центр стандартизации, информации и сертификации сырья, материалов и веществ Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации, метрологии и сертификации - по сведениям о материалах и веществах;

□ Российский государственный архив научно-технической документации Федеральной архивной службы России - по документам научно-исследовательских, проектных, конструкторских, технологических организаций и предприятий федерального значения, переданных на постоянное хранение;

□ научно-технический центр "Информрегистр" - по электронным изданиям.

Порядок формирования федеральных информационных фондов указанных организаций устанавливается законодательством Российской Федерации.

Институт промышленного развития (Информэлектро) - по технико-экономической информации и результатам технико-экономических исследований в гражданских отраслях промышленности.

(абзац введен Постановлением Правительства РФ от 10.07.1998 N 736)

5. Формирование и ведение Российского сводного каталога научно-технической литературы, поступающей в фонды органов научно-технической информации и научно-технические библиотеки, осуществляет Государственная публичная научно-техническая библиотека Министерства науки и технологий Российской Федерации.

6. Формирование, ведение и организацию использования отраслевых информационных фондов, баз и банков данных, подготовку и издание сигнальной и обзорной информации по основным научно-техническим направлениям и проблемам деятельности федеральных органов исполнительной власти осуществляют находящиеся в их ведении отраслевые органы научно-технической информации и научно-технические библиотеки.

7. Формирование, ведение и организацию использования региональных информационных фондов, баз и банков данных, подготовку, издание и распространение информации о результатах научно-технической деятельности организаций осуществляют региональные центры научно-технической информации федерального государственного учреждения "Российское энергетическое агентство" Министерства энергетики Российской Федерации. В этих целях центры приобретают и используют документированную информацию федеральных и отраслевых информационных фондов, а также получают от заинтересованных организаций независимо от их ведомственной принадлежности исходную информацию и документацию в соответствии с порядком, установленным Министерством науки и технологий Российской Федерации совместно с заинтересованными федеральными органами исполнительной власти.

Формирование и ведение региональных информационных фондов, баз и банков данных региональные центры научно-технической информации осуществляют с учетом национальных и экономических особенностей обслуживаемого ими региона.

Порядок приобретения научно-технической информации из федеральных и отраслевых фондов, баз и банков данных государственной системы научно-технической информации и ее использования региональными центрами научно-технической информации устанавливается Министерством науки и технологий Российской Федерации совместно с соответствующими органами исполнительной власти.

8. Деятельность по формированию государственных ресурсов научно-технической информации и их пополнению, а также по созданию информационных систем государственной системы научно-технической информации финансируется из федерального бюджета и иных источников в соответствии с законодательством Российской Федерации.

9. Выдача информации из государственных ресурсов научно-технической информации по запросам пользователей осуществляется органами научно-технической информации, научно-техническими библиотеками и центрами на условиях, обеспечивающих возмещение их расходов на создание информационной продукции и оказание услуг.

Бесплатные виды информационных услуг устанавливаются в соответствии с законодательством Российской Федерации.

10. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, направленные на совершенствование и развитие процессов сбора, обработки, хранения и использования государственных ресурсов научно-технической информации на базе средств и систем информатизации и информационных технологий, осуществляются в рамках Федеральной целевой научно-технической программы на 1996 - 2000 годы "Исследования и разработки по приоритетным направлениям развития науки и техники гражданского назначения" и других федеральных целевых программ.

11. Информационная продукция и услуги органов научно-технической информации, научно-технических библиотек и центров государственной системы научно-технической информации должны соответствовать государственным стандартам и требованиям общесистемных нормативно-методических документов.

Базы данных о публикациях

Историческая справка

История создания индексов (или указателей) научного цитирования начинается с 70-х годов XIX века, когда практически одновременно появляются индекс юридических документов Shepards Citations (англ.) в 1873 году и индекс научных публикаций по медицине

Index Medicus (англ.) в 1879 году. Последний просуществовал вплоть до 2004 года, всего было издано 45 выпусков.

В 1960 году в США Юджином Гарфилдом был создан Институт научной информации, основным коммерческим продуктом которого стал Science Citation Index. Принципы, заложенные в SCI, во многом определили дальнейшее развитие индексов цитирования.

Научная информация в СССР

В СССР в 1952 году Постановлением Совета Министров СССР от 19.07.1952, № 3329 был создан Институт научной информации АН СССР, который в 1955 году был переименован в Всесоюзный институт научной и технической информации. Уже через несколько лет после создания ВИНТИ его огромное значение для развития отечественной науки и техники было признано в стране и за рубежом. В работе ВИНТИ принимают участие многие ученые и специалисты. Из интервью Ильи Либкинда, ответственного исполнителя проекта «Указатель РФФИ»: в 60-80-е годы этой теме «наукометрии» серьезное внимание уделяли в своих работах пионеры отечественной наукометрии и информатики В. В. Налимов, А. И. Михайлов, А. И. Чёрный, Р. С. Гиляревский, а также целый ряд других отечественных ученых (Ю. А. Шрейдер, В. А. Маркусова, М. В. Арапов и др.). В то время основным источником получения статистических данных служили реферативные и библиографические издания (в частности Реферативный журнал ВИНТИ). Отечественные специалисты по достоинству оценили возможности, которые предоставил созданный в США Ю. Гарфилдом в первой половине 60-х годов указатель научного цитирования «Science Citation Index» (SCI) и начали активно использовать этот инструмент для исследования состояния отечественной науки и сравнения её с мировым уровнем. Однако уже в то время ими осознавалась недостаточность SCI для этих оценки состояния и тенденций отечественной науки, это, в частности, было связано с очевидной ориентацией SCI на англоязычные журналы.

В 1974 году в ВИНТИ были предприняты попытки создания отечественного указателя научного цитирования (УНЦ), который в технологическом плане должен был стать «аналогом» SCI. Такой подход требовал значительных финансовых и технических ресурсов, и в итоге этот проект не получил развития. Более подробно о наукометрии в СССР можно прочитать в статье Ю.В. Грановского «Можно ли измерять науку? Исследования В. В. Налимова по наукометрии

Краткая характеристика Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

РИНЦ - это национальная библиографическая база данных научного цитирования, аккумулирующая более 12 миллионов публикаций российских авторов, а также информацию о цитировании этих публикаций из более 6000 российских журналов. Она предназначена не только для оперативного обеспечения научных исследований актуальной справочно-библиографической информацией, но является также мощным аналитическим инструментом, позволяющим осуществлять оценку результативности и эффективности деятельности научно-исследовательских организаций, ученых, уровень научных журналов и т.д.

Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) на данный момент является наиболее крупной российской библиографической базой данных.

Информационный сервис «Оценка публикационной активности» (определение индекса научной цитируемости).

Доступ свободный. Для получения полных текстов требуется регистрация.

Функционирует на платформе «Научной электронной библиотеки» eLIBRARY.RU (доступ свободный). Объем: более 5,7 млн. публикаций.

Тематика: универсальная. Наполняемость: около 4000 отечественных научных журналов, большинство которых имеют ретроспективу с 2005 г.

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - это крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.

Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе РФФИ для обеспечения российским учёным электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире.

С 2005 года компания «Научная электронная библиотека» запустила проект в области наукометрии Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). В eLIBRARY.RU представлены почти все вузы России, ведущие медицинские организации России, иностранные научные компании.

Основные используемые в наукометрии показатели

Основные используемые в наукометрии показатели можно условно разделить на 2 группы:

1. Показатели качества («рейтинговости») научного журнала, вычисляемые по данным о цитируемости опубликованных в нем статей:

– Импакт-фактор (IF) (двухлетний (классический) и пятилетний); – Eigenfactor (уточняющий индекс к импакт-фактору);

– SJR и SNIP (рассчитываются в Science Direct и Scopus);

– Индекс оперативности (Immediacy Index) и т.д.

2. Показатели научной деятельности ученого или организации (нежурнальные индексы):

– Общее количество публикаций (в Web of Science, Scopus, РИНЦ и т.д.);

– Индекс цитируемости (суммарное количество цитирований всех статей автора или организации в наукометрических базах данных);

– Средняя цитируемость (среднее количество цитирований на одну статью автора или организации);

– Индекс Хирша (h-index) (и его модификации – g-index, i-index и др.);

– Средневзвешенный импакт-фактор журналов, в которых были опубликованы статьи и т.д., и т.д.

Методика расчета интегрального показателя

научного журнала в рейтинге SCIENCE INDEX

Интегральный показатель журнала в системе Science Index используется при построении рейтинга российских научных журналов и рассчитывается по следующей методике: На первом этапе журнал приписывается к определенному тематическому направлению. Это необходимо для учета различий в практике цитирования для различных направлений. За основу деления по направлениям наук используется рубрикатор OECD. Выделены следующие основные направления:

1 Mathematics, computer and information sciences

- 2 Physical and chemical sciences, astronomy
- 3 Earth and related environmental sciences
- 4 Biological sciences
- 5 Engineering and technology
- 6 Medical and health sciences
- 7 Agricultural sciences
- 8 Social sciences
- 9 Humanities
- 10 Multidisciplinary sciences

Журнал может быть отнесен к нескольким направлениям (не более трех). Мультидисциплинарные журналы выделены в отдельную группу. Затем для каждого направления рассчитывается:

- среднее число ссылок в списках цитируемой литературы на статьи в журналах РИНЦ;
- средняя доля ссылок из публикаций текущего года на статьи в журнале за последние 5 лет по отношению ко всем ссылкам на данный журнал (за все годы). За основу расчетов показателя берется пятилетний импакт-фактор журнала в РИНЦ с учетом цитирования переводной версии журнала (при ее наличии) и с учетом самоцитирования. Методика расчета импакт-фактора РИНЦ подробно описана здесь.

Рассчитанные значения 5-летнего импакт-фактора журнала нормируются с учетом среднего числа ссылок в списках цитируемой литературы, а также доли ссылок, попадающих на пятилетний период, используемый при расчете импакт-фактора. В качестве нормирующих коэффициентов используются средние параметры журналов в тематических направлениях, рассчитанные на предыдущем этапе.

Такая нормировка позволяет учесть следующие основные факторы, приводящие к различию показателей цитирования в различных научных направлениях:

- различие в длине списка цитируемой литературы;
- различие в структуре списка цитируемой литературы (в частности, доли цитирования статей в журналах по отношению ко всем другим типам научных публикаций);
- различие в доле цитирования зарубежных журналов (не входящих в РИНЦ и не участвующих в рейтинге);
- различие в хронологическом распределении цитируемых статей.

В результате такого нормирования появляется возможность более корректно проводить кросс-дисциплинарное сравнение и ранжирование журналов. Полученное скорректированное значение импакт-фактора журнала затем делится на индекс Херфиндаля по цитирующим журналам, нормированный на его возможное минимальное значение в данном направлении.

Нормировка с учетом индекса Херфиндаля увеличивает показатели журналов, широко известных в научном сообществе, и, наоборот, понижает рейтинг журналов с высоким уровнем самоцитирования или журналов, использующих взаимное цитирование для искусственного повышения своих показателей.

Нормировка на минимальное значение индекса Херфиндаля в рамках тематического направления позволяет несколько скорректировать различия в количестве журналов и степени их взаимного цитирования в разных научных направлениях. В качестве минимального берется среднее значение по 5 журналам с наименьшими значениями индекса Херфиндаля в данном научном направлении.

База данных РИНЦ постоянно растет и пополняется как новыми журналами, так и новыми выпусками уже обрабатываемых журналов, в том числе архивными. Чтобы учесть эти обновления, показатели журналов периодически пересчитываются и, соответственно, могут меняться с течением времени.

Методика расчета индекса Хирша

Индекс Хирша (h-индекс), или – наукометрический показатель, предложенный в 2005 году аргентино-американским физиком Хорхе Хиршем из Калифорнийского университета в Сан Диего первоначально для оценки научной продуктивности физиков.

Он является количественной характеристикой продуктивности ученого, группы ученых, научной организации или страны в целом, основанной на количестве публикаций и количестве цитирований этих публикаций. Получение h-индекса из графика распределения статей по числу цитирований. Индекс вычисляется на основе распределения цитирований работ данного исследователя. Согласно Хиршу: Ученый имеет индекс h, если h из его N_p статей цитируются как минимум h раз каждая, в то время как оставшиеся ($N_p - h$) статей цитируются не более, чем h раз каждая. Иными словами, ученый с индексом h опубликовал h статей, на каждую из которых сослались как минимум h раз. Так, если у данного исследователя опубликовано 100 статей, на каждую из которых имеется лишь одна ссылка, его h-индекс равен 1. Таким же будет h-индекс исследователя, опубликовавшего одну статью, на которую сослались 100 раз. В то же время (более реалистичный случай), если среди публикаций исследователя имеется 1 статья с 9 цитированиями, 2 статьи (включая уже упомянутую статью с 9 цитированиями) с не менее, чем 8 цитированиями, 3 статьи с не менее, чем 7 цитированиями, ..., 9 статей с не менее, чем 1 цитированием каждой из них, то его h-индекс равен 5 (так как на 5 его статей сослались как минимум по 5 раз). Иначе говоря, для определения индекса Хирша рассматриваемые статьи располагают по убывающей числа ссылок на них. Далее определяют статью, номер которой совпадает с числом её цитирований. Это число и есть индекс Хирша. Например, если индекс Хирша равен 20, то у автора есть по крайней мере двадцать статей, последняя из которых цитировалась не менее 20 раз. Общая цитируемость предыдущих более цитируемых 19 статей списка для определения индекса значения не имеет. Обычно распределение количества публикации $N(q)$ в зависимости от числа их цитирований q в очень грубом приближении соответствует гиперболы: $N(q) \approx \text{const} \times q$. Координата точки пересечения этой кривой с прямой $N(q) = q$ и будет равна индексу Хирша. Индекс Хирша был разработан, чтобы получить более адекватную оценку научной продуктивности исследователя, чем могут дать такие простые характеристики, как общее число публикаций или общее число цитирований. Индекс хорошо работает лишь при сравнении учёных, работающих в одной области исследований, поскольку традиции, связанные с цитированием, различаются в разных отраслях науки (например, в биологии и медицине h-индекс намного выше, чем в физике). В норме h- индекс физика примерно равен продолжительности его научной карьеры в годах, тогда как у выдающегося физика он вдвое выше. Хирш считает, что в физике (и в реалиях США) h-индекс, равный 10–12, может служить одним из определяющих факторов для решения о предоставлении исследователю постоянного места работ.

Регистрация в РИНЦ и в системе SCIENCE INDEX и заключение договора на размещение неперiodических изданий на частное лицо

Регистрация в РИНЦ и в системе SCIENCE INDEX необходима для:

- заключение договора на размещение неперiodических изданий на частное лицо;
- размещения публикаций в РИНЦ;
- привязки публикаций в РИНЦ к авторам и организациям.

Для начала процесса регистрации необходимо с главной страницы сайта РИНЦ: <http://elibrary.ru> перейти по ссылке: «Регистрация», заполнить все поля регистрационной анкеты и внизу **ОБЯЗАТЕЛЬНО** поставить птичку против предложения зарегистрироваться в системе Science Index: - зарегистрировать меня как автора в системе Science Index*

Затем необходимо заполнить все появившиеся после это поля анкеты и послать ее на проверку. После регистрации необходимо периодически выходить с главной страницы сайта РИНЦ на персональную карточку и проверять, не присвоен ли Вам SPIN-код. Как только он будет присвоен можно начинать процесс заключения договора на размещение неперiodических изданий на частное лицо.

Для этого на главной странице сайта РИНЦ надо выбрать: Авторы – Книжная коллекция – Заключить договор: Тогда Вы перейдете на страницу: <http://elibrary.ru/projects/contracts/publisher/messages/messages.asp>. На этой странице надо выбрать: - «Ваши договоры на неперiodические издания» и - начать процесс заключения договора. Для этого необходимо заполнить все поля и послать договор на проверку. На сайте РИНЦ по адресу: http://elibrary.ru/projects/contracts/files/help/book_aut_help.pdf есть подробная инструкция для авторов, в которой описана процедура заключения договора и размещения публикации. Ниже для удобства магистрантов/аспирантов данная инструкция приведена практически полностью без изменений.

Инструкция для авторов по заключению договора и размещению неперiodических изданий в базах данных РИНЦ

Данная система предназначена для автоматизированного заключения договоров на размещение книг и других неперiodических изданий, а также для обработки и загрузки их в Научную электронную библиотеку и Российский индекс научного цитирования. Заключить договор может любой пользователь НЭБ, зарегистрированный в библиотеке в системе SCIENCE INDEX как автор (http://elibrary.ru/projects/science_index/author_tutorial.asp) и имеющий права на электронные версии своих книг. Если Вы передавали права на электронные версии своих книг издательствам или другим юридическим, или физическим лицам, то размещение книг от лица автора запрещено! Физические лица (авторы) могут размещать в библиотеке только полнотекстовые версии своих произведений в открытом доступе. Отдельные статьи, главы, разделы книг и другие составные части произведений, присланные авторами, не размещаются. Работа с системой состоит из нескольких этапов. На первом этапе автор вносит необходимые сведения для заключения договора. Форма и содержание договора в настоящий момент не подлежит обсуждению и исправлению. После проверки внесенных данных администратором Научной электронной библиотеки автор должен распечатать договор, подписать его, сканировать и загрузить отсканированный файл в эту систему. После этого наш администратор делает договор действующим, о чем автор получает сообщение на указанный адрес электронной почты. С этого момента договор между сторонами считается заключенным и это дает возможность автору размещать свои издания в библиотеке. На втором этапе автор загружает в эту систему данные о размещаемом произведении и его полный текст для включения в электронную библиотеку. Есть несколько способов добавления издания в библиотеку: заполнение полей описания книги в интернет-

форме на нашем сайте, разметка с помощью специальной онлайн-программы или загрузка собственного XML-файла (для очень продвинутых пользователей).

На третьем этапе автор заполняет электронное приложение к договору, в котором перечисляются издания, размещаемые в НЭБ. Каждая позиция (книга) в приложении подтверждается через интернет двумя сторонами – автором и администратором НЭБ, после чего она может быть размещена в библиотеке БЕЗ подписания печатного экземпляра приложения или еще ДО его подписания. Это основное преимущество данной системы: договор в обязательном порядке заключается в письменном виде, при этом приложение к договору, а именно каждая позиция приложения, в котором указано размещаемое в НЭБ произведение, подписывается через интернет. В приложение может входить неограниченное количество произведений, которые можно добавлять в приложение неограниченное количество времени. Однако в любой момент автор может закончить заполнение приложения и распечатать его для подписания в печатном виде, а для размещения новых изданий создать новое приложение. Только после включения издания в договор (в приложение) на этом этапе оно становится доступно в библиотеке.

Привязка публикаций к авторам

Любой автор, зарегистрированный в РИНЦ и системе SCIENCE INDEX, может найти себя в авторском указателе и кликнуть по числу левее гистограммы, обозначающему число его публикаций в РИНЦ. Затем в списке «Показывать» нужно выбрать вариант: «Непривязанные ссылки, которые могут принадлежать данному автору» и нажать «Поиск». При появлении Ваших непривязанных публикаций надо отметить их птичкой и нажать: «Добавить выделенные публикации в список работ автора». Затем при появлении не Ваших публикаций надо отметить их птичкой и нажать: «Удалить выделенные публикации из списка работ автора». Затем нужно кликнуть по гистограмме и нажать: «Обновить показатели автора». Потом перейти в Авторский указатель и кликнуть справа по гистограмме на числе, означающем количество ссылок на Ваши работы, учтенных РИНЦ. Затем в списке «Показывать» нужно выбрать вариант: «Непривязанные ссылки, которые могут принадлежать данному автору» и нажать «Поиск». После этого аналогично необходимо отметить ссылки на Ваши работы и кликнуть: «Добавить выделенные ссылки в список цитирований автора», а затем отметить ссылки не на Ваши работы и кликнуть: «Удалить выделенные ссылки из списка цитирований автора». Потом опять надо перейти в авторский указатель, кликнуть по гистограмме и обновить показатели автора.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основное информационное издание, содержащее преимущественно рефераты, иногда аннотации и библиографические описания литературы, представляющей наибольший интерес для науки и практики: ...
2. Назовите международную универсальную систему, позволяющую детально представить содержание документальных фондов и обеспечить оперативный поиск информации.
3. Государственная система научно-технической информации представляет собой
4. Какие из перечисленных являются целью создания государственной системы научно-технической информации
5. Какие из перечисленных структур входят в состав государственной системы научно-технической информации: ...

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие научного познания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Задачи и классификация научных исследований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Основные понятия фундаментальных и прикладных исследований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Принципы и приемы научной деятельности, методы научных исследований	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

Текст лекции.

Понятие научного познания

Еще до возникновения науки в процессе своей повседневной практической деятельности люди получали необходимые им знания о свойствах и особенностях предметов и явлений. Эти знания проверялись практикой и закреплялись в сознании человека, а затем передавались другим людям. Следовательно, знание – это идеальное воспроизведение в языковой форме обобщенных представлений о закономерных связях объективного мира. Оно является продуктом общественной деятельности людей и направлено на преобразование действительности.

Знание может быть относительным и абсолютным.

Относительное знание является отражением действительности с некоторой неполнотой совпадения образца с объектом.

Абсолютное знание – это полное, исчерпывающее воспроизведение обобщенных представлений об объекте, которые обеспечивают абсолютное совпадение образца с объектом.

Процесс движения человеческой мысли от незнания к знанию называют познанием. Основной целью познания является достижение истинных знаний, которые реализуются в виде теоретических положений и выводов, законов и учений, подтвержденных практикой и существующих объективно, независимо от нас. Человек познаёт законы природы (овладевает знаниями), чтобы применить их в своей производственной, общественной и научной деятельности, именуемой практикой. Познание вырастает из практики, но затем само направляется на практическое овладение действительностью.

От практики к теории и от теории к практике, от действия к мысли и от мысли к действительности – такова общая закономерность отношений человека в окружающей действительности. Человек познаёт законы общества, чтобы в соответствии с ними воздействовать на ход исторических событий.

Познание разделяют на чувственное (обыденное) и рациональное (научное). Первое обеспечивает непосредственную связь человека с окружающей действительностью. Познание мира человеком и взаимодействие с ним осуществляется благодаря функционированию органов зрения, слуха, осязания, вкуса. Элементами чувственного познания, его ступенями, являются ощущение, восприятие, представление, воображение.

Ощущение – это отражение мозгом человека свойств предметов или явлений объективного мира, которые действуют на органы чувств. Ощущения являются источником всех знаний, однако они дают знание отдельных свойств предметов, а человек имеет дело не только с отдельными свойствами, но и с предметом в целом, с совокупностью свойств. Более высокой формой чувственного познания является восприятие.

Восприятие – это отражение мозгом человека свойств предметов или явлений объективного мира в целом, которые действуют на органы чувств в данный момент времени. Это чувственный первичный образ предмета или явления. Восприятие есть отражение, копия, образ совокупности свойств, а не отдельного свойства. Оно дает знание предметов, вещей, а не какого-то свойства. Но восприятие дает знание только тогда, когда воспринимаемый объект имеется в наличии, существует сейчас. Деятельность человека нуждается в знании и о тех предметах, которые воспринимались в прошлом или могут быть воспринятыми (повториться) в будущем.

Высшими формами чувственного познания являются представление и воображение. Именно они необходимы и важны для творческой деятельности. Представление – это вторичный образ предмета или явления, который в данный момент не действует на органы чувств человека, но обязательно действовал ранее. Это есть воспроизведение образов в мозгу человека путем соединения их в целостную систему. Воображение – преобразование различных представлений в целую картину новых образов, в том числе и фантастических. Благодаря творческому воображению, исследователи, ученые, конструкторы разрабатывают новые изделия, процессы, способы.

Рациональное (научное) познание – это опосредованное и обобщенное отражение в мозгу человека существенных свойств, причинных отношений и закономерных связей между объектами и явлениями. Оно дополняет и опережает чувственное познание, способствует

осознанию сущности процессов, вскрывает закономерности их развития. Научное познание – это сознательно осуществляемая познавательная деятельность, это целенаправленный процесс.

Научное познание отличается от чувственного – системностью и последовательностью, как в процессе поиска новых знаний, так и упорядочения всего найденного, уже имеющегося знания. Оно характеризуется последовательностью, которая выражается в его логическом построении, исключении противоречий между отдельными его элементами. Научному познанию присущи специфические методы построения, систематизации и обоснования знания. Формой рационального познания является абстрактное мышление.

Целью познания является изучение определенных объектов. Объектом познания являются определенные существующие независимо от нашего сознания явления материальной действительности. Это то, что противостоит субъекту в его предметно-практической и познавательной деятельности, это та часть объективной реальности, которая находится во взаимодействии с исследователем.

Предмет познания детализирует и конкретизирует область исследования, являясь частью более крупной системы (объекта), в которой анализируемый (изучаемый) предмет находится с остальными предметами познания в определенных отношениях. Поэтому в каждом научном исследовании выделяется объект и предмет исследования. Объектом научного исследования является материальная или идеальная, природная или искусственная система. Предмет научного исследования – это структура системы, закономерности взаимодействия как внутри системы, так и вне ее, закономерности развития, различные ее свойства, качества и т. д. (Например, объект познания – процесс получения соединения двух деталей лазерной сваркой, предмет исследования – прочность сварного соединения, структура шва, деформация сварного соединения и т. д.).

Развитие науки идёт путём сбора фактов, их изучения и систематизации. Систематизируют и обобщают факты с помощью понятий.

Понятие – это мысль, отражающая существенные и необходимые признаки предмета или явления.

Понятия могут быть:

- общими – связаны с множеством предметов или явлений; наиболее широкие понятия называются категориями (товар, стоимость);
- единичными – относятся всегда только к одному определённом предмету (электрод, горелка);
- собирательными – обозначают целые группы однородных предметов, представляющих собой известное единство (сварочное оборудование);
- абстрактными – относятся к отдельно взятым признакам предметов (яркая дуга, целеустремлённые студенты);
- конкретными – относятся к конкретным предметам (штуцер, реостат);
- относительными – всегда представляются попарно (левый – правый, дальний – ближний);
- абсолютными – которые не имеют парных отношений (маска, присадка).

По признаку отношений между понятиями их делят на следующие:

- тождественные – имеют одинаковое содержание, но выражены в различной словесной форме (товар – изделие для реализации, присадка – проволока для формирования сварного шва);
- равнозначные – имеют один и тот же объем, но отличаются по содержанию (студент 4-го курса – автор изобретения, понятия хотя и относятся к одному лицу, но указывают на различные его признаки; присадочная проволока диаметром 1,2 мм – проволока марки св.Х18Н10Т);
- подчинённые – по содержанию входят в понятия более высокого ранга или более общие (сварочный трансформатор – сварочное оборудование);

– соподчинённые – понятия, связанные по объёму, входят в объём высшего понятия (сварочный трансформатор и выпрямитель – сварочное оборудование, понятия «треугольник» и «окружность» являются подчиненными понятию «геометрическая фигура» и соподчиненными между собой);

– частично согласные – понятия, в которых отдельные части объёма понятий оказываются совпадающими, общими (студент и спортсмен – к одному человеку);

– противоречащие – отрицают положительное понятие (нечеловек – отрицает понятие человек, не допускает ничего промежуточного, начисто исключает другое);

– противоположные – указывают не только на то, что отрицает, но и на то, что взамен отрицательного утверждается, имеются средние, промежуточные понятия (белый – чёрный, среднее – серый).

Раскрытие содержания понятия называют определением. Оно должно указывать на ближайшее родовое понятие и на то, чем оно отличается от других понятий. Так, определяя понятие «выпрямитель», нужно указать на то, что выпрямитель относится к источникам электрического питания и выделяется среди источников получением на его выходе постоянного тока.

Мысль, в которой посредством связи понятий утверждается или отрицается что-либо, называется суждением. Суждение выражается в виде предложения. Суждения бывают утвердительными и отрицательными, общими и частными и т. д.

Умозаключение – процесс мышления, составляющий последовательность двух или нескольких суждений, в результате которых выводится новое суждение. По существу, умозаключение является выводом, который делает возможным переход от мышления к практическим действиям. В непосредственных умозаключениях приходят от одного суждения к другому, а в опосредованных переход от одного суждения к другому осуществляется посредством третьего.

Умозаключения делятся на две категории: дедуктивные и индуктивные. Дедуктивное умозаключение – выведение частного случая из какого-нибудь общего положения. В индуктивных умозаключениях на основании частных случаев приходят к общему положению.

Более высокая степень научного знания находит свое выражение в локально-логических формах. При этом процесс познания идет от научной идеи к гипотезе, превращаясь впоследствии в закон или теорию.

Научная идея – интуитивное объяснение явления без промежуточной аргументации, без осознания всей совокупности связей, на основании которых делается вывод. Идея вскрывает ранее не замеченные закономерности явления, основываясь на уже имеющихся о нем знаниях.

Гипотеза – это предположение о причине, которая вызывает данное следствие. В основе гипотезы всегда лежит предположение, достоверность которого на определенном уровне развития науки и техники не может быть подтверждена. Если гипотеза согласуется с наблюдаемыми фактами, то в науке её называют теорией или законом. В закон гипотеза превращается по мере уточнения и исправления.

Закон – это устойчивая, существенная, повторяющаяся связь явлений в природе и обществе, обуславливающая их логическое развитие. Закон носит объективный характер и существует независимо от сознания людей. Познание законов составляет главную задачу науки и выступает основой преобразования людьми природы и общества. Для доказательства закона наука использует суждения, которые были ранее признаны истинными и из которых можно вывести доказываемое суждение.

Теория – система обобщённого знания, объяснения тех или иных сторон действительности. Она возникает в результате обобщения познавательной деятельности и практики и представляет собой мысленное отражение и воспроизведение реальной действительности. Структуру теории формируют принципы, аксиомы, суждения, положения, понятия, категории, факты.

Принцип – самое абстрактное определение идеи (начальная форма систематизации знаний). Это правило, возникшее в результате субъективно осмысленного опыта людей (расплавленный металл электрода заполняет зазор между деталями).

Аксиома (постулат) – положение, которое берется в качестве исходного, недоказуемого в данной теории, и из которого выводятся все остальные предложения и выводы теории по заранее фиксированным правилам. Аксиомы очевидны без доказательства.

Категории – наиболее общие и фундаментальные понятия, отражающие существенные связи действительности.

Факты – знание об объекте или явлении, достоверность которого доказана.

Теория складывается из относительно жесткого ядра, куда входят основные принципы и постулаты, и окружающей его защитной оболочки. Эта оболочка содержит вспомогательные гипотезы, подтверждающие и объясняющие ядро, она выявляет проблемы, подлежащие дальнейшему исследованию, предвидит факты, не согласующиеся с теорией, и пытается объяснить их в рамках теории. Таким образом, теория является наиболее развитой формой обобщения научного знания. Она включает в себе не только основные законы, но и объяснение фактов на их основе. Теория позволяет открывать новые законы и предсказывать направление и этапы развития объекта исследования.

Эффективному приобретению новых знаний способствует методология – учение о методах научного познания и преобразования действительности, применения мировоззренческих принципов к процессу познания, духовному творчеству и практике. Методология представляет собой совокупность системных методов, средств и приемов, с помощью которых приобретается и обосновывается новое знание в науке и направленных на решение сложных научных проблем. Кроме этого, методология изучает также структуру научного знания вообще, место и роль в нем различных форм познания, методы анализа и построения различных систем знания.

Методология реализует три функции:

- получение и создание нового знания;
- преобразование этого знания в виде новых понятий, категорий, гипотез, идей, законов, теорий;
- организация использования новых знаний в практической деятельности.

Для конкретных наук методология познания (исследования) является совокупностью методов и средств, направленных на решение поставленных проблем.

Задачи и классификация научных исследований

Формой осуществления и развития науки является научное исследование. Эффективность научной деятельности определяется степенью достижения цели и полнотой решения поставленных задач, их значимостью для общества в целом.

Цель научного исследования – всестороннее, достоверное изучение объекта, процесса или явления, их структуры, связей и отношений на основе разработанных в науке принципов и методов познания, а также получение и внедрение в производство полезных для человека результатов.

Объектом научного исследования является материальная или идеальная система.

Предмет исследования – различные свойства, качества, структура системы, закономерности взаимодействия элементов внутри системы и вне ее, закономерности развития.

Задачами исследования может быть получение новых экспериментальных данных; выявление закономерностей функционирования системы; создание модели объекта; анализ и обобщение результатов исследования; распространение результатов исследования на смежные объекты без проведения всего комплекса исследований; повышение точности и надежности эксперимента; изучение объекта, недоступного для непосредственных измерений; разработка комплексной методики исследования; совершенствование техники и технологии выполнения химического или физического анализа; создание новых приборов и устройств.

Научные исследования можно классифицировать по направлению, цели, объекту изучения, источникам финансирования и продолжительности работы.

По направлению различают естественные, технические и общественные науки, которые связаны с соответствующей областью знаний. Например, технические науки исследуют преобразование природных тел и процессов в объекты техники, функционирование технических объектов в промышленном производстве, конструкторско-технологическую деятельность. Возможна и дальнейшая детализация направлений: физическое, математическое, биологическое, нефтяное, историческое, педагогическое и т. д.

По целевому назначению выделяют три вида научных исследований: фундаментальные, прикладные и разработки.

Фундаментальные исследования направлены на открытие и изучение новых явлений и законов природы, на создание новых принципов исследования. Они связаны со значительным риском и неопределенностью. Вероятность получения конкретного положительного результата не превышает 10 %. Несмотря на это фундаментальные исследования составляют основу развития как самой науки, так и общественного производства.

Прикладные исследования направлены на нахождение способов использования законов природы для создания новых и совершенствование существующих средств и способов человеческой деятельности. Цель прикладных исследований – установление того, как можно использовать научные знания, полученные в результате фундаментальных исследований. Вероятность получения положительного результата достигает 80 – 90 %. Прикладные исследования подразделяются на поисковые, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Поисковые исследования направлены на установление факторов, влияющих на объект, отыскание путей создания новых технологий и техники. В результате научно-исследовательских работ создаются новые технологии, опытные установки, приборы.

Целью опытно-конструкторских работ является подбор конструктивных характеристик, определяющих логическую основу конструкции.

Разработки направлены на использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники, технологии производства и совершенствование существующей техники.

Между фундаментальными исследованиями и промышленным производством лежит область взаимосвязанных стадий: прикладные исследования – разработка – проектирование – освоение. Проектирование и освоение принадлежат одновременно и области науки и области техники.

Каждую научно-исследовательскую работу можно отнести к определённому направлению. Под научным направлением понимается наука или комплекс наук, в области которых ведутся исследования. Различают технические, биологические, социальные, исторические и другие направления. Структурными единицами научного направления являются проблемы, темы и научные вопросы.

Проблема – совокупность сложных теоретических и практических задач, решение которых назрело в обществе. Проблема возникает тогда, когда человеческая практика встречает затруднения в достижении цели. Проблема может быть глобальной, национальной, региональной, отраслевой, межотраслевой.

Различают также проблемы общие и специфические. Общие проблемы – это общенаучные, общенародные, например, внедрение малоотходных и безотходных процессов и машин, энерго- и материалосберегающих технологий. Специфические проблемы характерны для определённых производств той или иной промышленности, например, в автомобильной промышленности – экономия топлива, создание новых видов горючего.

Тема научного исследования является составной частью проблемы. В результате исследований по теме получают ответы на определённый круг научных вопросов, охватывающих часть проблемы.

Под научными вопросами понимают мелкие научные задачи, относящиеся к конкретной теме научного исследования.

Основные понятия фундаментальных и прикладных исследований

Фундаментальные исследования – это исследования, проводимые с целью понять фундаментальные принципы. Зачастую конечные результаты таких исследований не несут прямой коммерческой выгоды: фундаментальные исследования начинаются с потребности в познании. Однако в долгосрочной перспективе исследования являются основой многих коммерческих продуктов, а также основой прикладных исследований. Фундаментальные исследования в основном осуществляются научно-исследовательскими институтами и университетами.

Фундаментальные исследования расширяют фундаментальные знания о мире, в котором живет человек. Они связаны с проверкой (подтверждением либо опровержением) теорий, объясняющих законы этого мира и причины явлений, природу общественных связей и причину изменения общества. Фундаментальные исследования – источник многих научных идей и методов мышления о мире. Они могут быть познавательными, описательными или разъяснительными; однако наиболее распространены разъяснительные.

Фундаментальные исследования порождают новые идеи, принципы и теории, которые могут не иметь непосредственного применения, являясь при этом основой современного прогресса и развития в различных областях.

Сегодняшние компьютеры не могли бы существовать без фундаментальных исследований в математике, проведенных более столетия назад, которым в то время не было найдено практического применения. Фундаментальные исследования редко помогают напрямую людям в их повседневной практической деятельности. Тем не менее, они способствуют новым способам мышления об аномальном, которые могут революционно преобразить и кардинально улучшить то, как на практике решается какая-либо проблема.

Новая идея или фундаментальное знание не образуются в результате лишь фундаментальных исследований, но фундаментальные исследования способны дать новое знание. В любом случае, фундаментальные исследования существенны для стимулирования расширения знаний. Большую часть фундаментальных исследований проводят исследователи, находящиеся в центре внимания научного сообщества.

Фундаментальная наука – это наука, имеющая своей целью создание теоретических концепций и моделей, практическая применимость которых неочевидна. Задачей фундаментальных наук является познание законов, управляющих поведением и взаимодействием базисных структур природы, общества и мышления. Эти законы и структуры изучаются в «чистом виде», как таковые, безотносительно к их возможному использованию. У фундаментальной и прикладной науки различные методы и предмет исследования, различные подходы и угол зрения на социальную действительность. У каждой из них свои критерии качества, свои приемы и методология, свое понимание функций ученого, своя собственная история и даже своя идеология. Иными словами, свой мир и своя субкультура.

Естествознание – пример фундаментальной науки. Оно направлено на познание природы, такой, как она есть сама по себе независимо от того, какое приложение получат его открытия: освоение космоса или загрязнение окружающей среды. И никакой другой цели естествознание не преследует. Это наука для науки, то есть познания окружающего мира, открытия фундаментальных законов бытия и приращения фундаментальных знаний.

Как уже говорилось, фундаментальными считаются науки, познающие мир безотносительно к возможности практического использования получаемых знаний. Термин фундаментальность (от лат. *fundamentum* — основа, опора) означает направленность этих наук

на исследование основополагающих, основных законов природы. Результатом функционирования фундаментальной науки является открытие.

Прикладные научные исследования – это такие исследования, которые используют знания и закономерности, сформулированные фундаментальными науками, для решения практических задач. Результатом прикладных исследований являются изобретения (разработка, внедрение и использование) новой техники и технологий. Отметим, что деление научных исследований на фундаментальные и прикладные является относительным, поскольку жесткой границы между ними нет. Например, ведущие промышленные компании мира в сфере высоких технологий имеют научно-исследовательские лаборатории для изучения фундаментальных проблем с финансированием в несколько миллионов долларов, а университетская наука прикладные разработки передает непосредственно в бизнес, для практического использования.

Непосредственная цель прикладных наук – применение результатов фундаментальных наук для решения не только познавательных, но и практических проблем. Поэтому здесь критерием успеха служит не только достижение истины, но и мера удовлетворения социального заказа. Как правило, фундаментальные науки опережают в своём развитии прикладные, создавая для них теоретический задел. В современной науке на долю прикладных наук приходится до 80–90% всех исследований и ассигнований. Действительно, фундаментальная наука составляет только малую часть общего объема научных исследований.

История развития науки и техники показывает, что прикладные научные исследования развиваются в силу необходимости разрешать производственные и технические проблемы. Так, совершенствование паровой машины привело к исследованиям в области термодинамики, кинетической теории газов, теории горения и др. С появлением электродвигателей и генераторов электрического тока стала развиваться теория электротехники. Затем возникли совершенно новые науки – электродинамика и теория колебаний и волн, без которых были бы невозможны радиосвязь и телевидение. При этом следует подчеркнуть, что все эти прикладные исследования основываются на фундаментальных разделах физики, которые исследовались в рамках чистой науки, то есть не имеющей практической пользы.

В наш прагматичный век, когда все думают о практической пользе, выгоде, возникает вопрос о бесполезности финансовых затрат на фундаментальную науку. Ее называют «наука для науки» и задумываются над тем, зачем тратить деньги на ближний и дальний космос, исследование планет, строить большой адронный коллайдер стоимостью десятки миллиардов долларов для исследования тайн возникновения Вселенной. Более рационально было бы пустить эти финансовые ресурсы на борьбу с бедностью, голодом, отсутствием медицинской помощи и другими гуманитарными проблемами. Действительно гуманитарные проблемы в настоящее время являются приоритетами на транснациональном уровне. Тем не менее, проведение фундаментальных исследований является не только условием успешности прикладной науки, но и главным фактором выживания человечества в условиях глобального кризиса. Переход на принципиально новые виды энергии (в духе глобальных, паранормальных, инженерно-технологических решений славянского гения Николы Тесла), поиск внеземных цивилизаций, а также решение «земных» проблем, связанных с тайной возникновения жизни и человека на Земле, возможны лишь на базе фундаментальных научных исследований.

Более того, прикладные научные исследования, применяющие фундаментальные знания о природе для решения технических задач, не могут успешно развиваться в отрыве от фундаментальных наук. Так, в начале XX в. были сформулированы основные принципы квантовой механики и теории относительности. В то время эти теории казались абсолютно умозрительными и совершенно бесполезными. В рамках коммунистической идеологии эти науки наряду с генетикой и кибернетикой, которые возникли на полвека позже, подвергались остракизму и гонениям. Ученые, проводившие фундаментальные исследования в этих сферах,

не только упрекались в схоластике, идеализме, но и физически уничтожались (Н.И. Вавилов). Однако через короткий исторический период были изобретены ускорители элементарных частиц, для строительства которых использовались принципы теории относительности, затем появились лазеры, работающие на принципах квантовой механики. Разработка генома человека основывалась на фундаментальных принципах генетической теории. И таких примеров – сотни.

Прикладная наука – это наука, направленная на получение конкретного научного результата, который актуально или потенциально может использоваться для удовлетворения частных или общественных потребностей. Важную роль выполняют разработки, которые переводят результаты прикладных наук в форму технологических процессов, конструкций, социоинженерных проектов. К примеру, пермская система стабилизации трудового коллектива (СТК) поначалу разрабатывалась в рамках фундаментальной социологии, опираясь на ее принципы, теории, модели. После этого ее конкретизировали, придали ей не только законченную форму и практическую форму, но определили сроки реализации, необходимые для этого финансовые и кадровые ресурсы. На прикладной стадии систему СТК неоднократно обкатывали на ряде предприятий СССР. Лишь после этого она получила вид практической программы и была готова к широкому распространению (стадия разработки и внедрения).

К фундаментальным исследованиям относятся экспериментальные и теоретические исследования, направленные на получение новых знаний без какой-либо конкретной цели, связанной с использованием этих знаний. Их результат – гипотезы, теории, методы и т.п. Фундаментальные исследования могут завершаться рекомендациями по постановке прикладных исследований для выявления возможностей практического использования полученных результатов, научными публикациями и т.д.

Национальным научным фондом США дано такое определение понятия фундаментального исследования:

Фундаментальные исследования – это часть научно-исследовательской деятельности, направленная на пополнение общего объема теоретических знаний. Они не имеют заранее определенных коммерческих целей, хотя и могут осуществляться в областях, интересующих или способных заинтересовать в будущем бизнесменов-практиков.

Фундаментальная и прикладная науки – два совершенно разных типа деятельности. Вначале, а это происходило в античные времена, расстояние между ними было незначительным и почти все, что открывалось в сфере фундаментальной науки сразу же или в короткие сроки находило применение на практике. Архимед открыл закон рычага, который немедленно был использован в военном и инженерном деле. А древние египтяне открывали геометрические аксиомы, в буквальном смысле, не отрываясь от земли, поскольку геометрическая наука возникла из нужд земледелия. Постепенно расстояние увеличивалось и сегодня достигло максимума. На практике воплощает менее 1% открытий, сделанных в чистой науке. В 1980-е годы 20-го столетия американцы провели оценочное исследование (цель таких исследований – оценка практической значимости научных разработок, их эффективности). Более 8 лет дюжина исследовательских групп анализировали 700 технологических инноваций в системе вооружений. Результаты ошеломили публику: у 91% изобретений в качестве источника значится предшествующая прикладная технология, и только у 9% – достижения в сфере науки. Причем из них лишь у 0,3% источник лежит в области чистых (фундаментальных) исследований.

Фундаментальная наука занимается исключительно приращением нового знания, прикладная – только приложением апробированного знания. Добывание нового знания – это авангард науки, апробация нового знания – ее арьергард, то есть обоснование и проверка однажды добытых знаний, превращение текущих исследований в «твердое ядро» науки. Практическое приложение – это деятельность по применению знаний «твердого ядра» к реальным жизненным проблемам. Как правило, «твердое ядро» науки отображается в учебниках, учебных пособиях, методических разработках и всевозможных руководствах.

Один из главных признаков фундаментального знания – его интеллектуальность. Как правило, оно обладает статусом научного открытия и является приоритетным в своей области. Иначе говоря, считается образцовым, эталонным.

Фундаментальное знание в науке – сравнительно небольшая часть проверенных на опыте научных теорий и методологических принципов либо аналитических приемов, которыми пользуются ученые в качестве руководящей программы. Остальное знание – результат текущих эмпирических и прикладных исследований, совокупность объяснительных моделей, принятых пока что в качестве гипотетических схем, интуитивных концепций и так называемых «пробных» теорий.

Фундамент классической физики раньше составляла механика Ньютона, и вся масса практических экспериментов в то время базировалась именно на ней. Законы Ньютона служили как бы «твердым ядром» физики, а текущие исследования лишь подтверждали и уточняли существующее знание. Позже была создана теория квантовой механики, которая стала фундаментом современной физики. Она по-новому объясняла физические процессы, давала иную картину мира, оперировала другими аналитическими принципами и методологическими инструментами.

Фундаментальную науку за то, что она развивается главным образом в университетах и академиях наук, называют еще академической. Университетский профессор может подрабатывать в коммерческих проектах, даже трудиться по совместительству в частной консультативной или исследовательской фирме. Но он всегда остается университетским профессором, немного свысока поглядывающим на тех, кто постоянно занимается маркетинговыми или рекламными исследованиями, не поднимаясь до открытия новых знаний, кто никогда не публиковался в серьезных академических журналах.

Например, у социологии, занимающейся приращением новых знаний и глубинным анализом явлений, существует два названия: термин «фундаментальная социология» указывает на характер получаемого знания, а термин «академическая социология» – на место в социальной структуре общества.

Фундаментальные идеи ведут к революционным изменениям. После их обнаружения научное сообщество уже не может думать и изучать по-старому. Мировоззренческие установки, теоретическая ориентация, стратегия научного поиска, а иногда и сами методы эмпирической работы трансформируются самым кардинальным образом. Перед взором ученых как бы открывается новая перспектива. На фундаментальные исследования тратятся огромные суммы денег, ибо только они, в случае успеха, пусть и достаточно редкого, приводят к серьезному сдвигу в науке.

Фундаментальная наука имеет своей целью познание объективной действительности такой, как она есть сама по себе. Прикладные науки имеют совершенно другую цель – изменение природных объектов в нужном для человека направлении. Именно прикладные исследования непосредственно связаны с инженерией и технологией. Фундаментальные исследования обладают относительной независимостью от прикладных разработок.

Прикладная наука отличается от фундаментальной (а в нее необходимо включать теоретическое и эмпирическое знание) практической направленностью. Фундаментальная наука занимается исключительно приращением нового знания, прикладная – исключительно приложением апробированного знания. Добывание нового знания – это авангард или периферия науки, апробация нового знания – это его обоснование и проверка, превращение текущих исследований в «твердое ядро» науки, приложение – это деятельность по применению знаний «твердого ядра» к практическим проблемам. Как правило, «твердое ядро» науки отображается в учебниках, учебных пособиях, методических разработках и всевозможных руководствах.

Перевод фундаментальных результатов в прикладные разработки могут осуществлять одни и те же ученые, разные специалисты либо для этого создаются особые институты конструкторские бюро, внедренческие фирмы и компании. К прикладным исследованиям относят такие разработки, на «выходе» у которых стоит конкретный заказчик,

выплачивающий немалые деньги за готовый результат. Поэтому конечный продукт прикладных разработок представлен в виде изделий, патентов, программ и т. д. Считают, что ученые, чьи прикладные разработки не покупают, должны пересмотреть свои подходы и сделать продукцию конкурентоспособной. К представителям фундаментальной науки подобных требований никогда не выдвигают.

Таким образом, как уже указывалось выше традиционно выделяют три основных направления научных исследований: фундаментальные научные исследования, прикладные научные исследования, а также научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР).

Принципы и приемы научной деятельности, методы научных исследований

Как нам известно, всякая наука основана на фактах. Она собирает факты, сопоставляет их и делает выводы – устанавливает законы той области деятельности, которую изучает. Способы получения этих фактов называются методами научного исследования.

Сила науки во многом зависит от совершенства методов исследования, от того, насколько они валидны и надежны, как быстро и эффективно данная отрасль знаний способна воспринять и использовать у себя все самое новое, передовое, что появляется в методах других наук.

В своем процессуальном осуществлении исследование может быть построено по-разному. Оно может начинаться с разработки цели и последовательно проводиться до достижения определенного результата, проходя этапы гипотезы или концепции, предварительных рекомендаций или только лишь подготовительных работ. Процесс исследования – это последовательность этапов его осуществления, комбинация и последовательность различных операций и процедур, выбор и сочетание приоритетов.

Современная наука имеет обширный и богатый арсенал методов исследования. Но успех исследования в значительной мере зависит от того по каким критериям мы выбираем методы для проведения того или конкретного исследования и в какой комбинации мы используем эти методы.

Метод научного исследования – это способ познания объективной действительности. Способ представляет собой определенную последовательность действий, приемов, операций.

Философские и общенаучные методы научного исследования

Среди всеобщих (философских) методов наиболее известными являются диалектический и метафизический. Эти методы могут быть связаны с различными философскими системами. Так, диалектический метод у К. Маркса был соединен с материализмом, а у Г.В.Ф. Гегеля – с идеализмом. По существу, каждая философская концепция имеет методологическую функцию, является своеобразным способом мыслительной деятельности. Поэтому философские методы не исчерпываются двумя названными. К ним относятся также такие методы, как аналитический (характерный для современной аналитической философии), интуитивный, феноменологический, герменевтический (понимание) и др.

Диалектика (от греч. *dialektike* - искусство вести беседу, спор) – это учение о наиболее общих законах развития природы, общества и познания и основанный на этом учении универсальный метод мышления и действия.

При изучении предметов и явлений диалектика рекомендует исходить из следующих принципов:

1. Рассматривать изучаемые объекты в свете диалектических законов:
 - а) единства и борьбы противоположностей;
 - б) перехода количественных изменений в качественные;
 - в) отрицания отрицания.
2. Описывать, объяснять и прогнозировать изучаемые явления и процессы, опираясь на философские категории: общего, особенного и единичного; содержания и формы; сущности и явления; возможности и действительности; необходимого и случайного; причины и следствия.
3. Относиться к объекту исследования как к объективной реальности.
4. Рассматривать исследуемые предметы и явления:

- а) всесторонне;
- б) во всеобщей связи и взаимозависимости;
- в) в непрерывном изменении, развитии;
- г) конкретно-исторически.

5. Проверять полученные знания на практике.

В процессе познания и практики часто применяют также метафизический метод, который является антиподом диалектического метода. Термин «метафизика» (буквально «то, что следует после физики») был введен в I в. до н.э. комментатором философии Аристотеля А. Родосским. Систематизируя произведения великого древнегреческого мыслителя, он расположил после физики те работы, в которых речь шла об общих вопросах бытия и познания, и назвал её «метафизика».

В современном обществоведении понятие «метафизика» имеет три основных значения:

1. Философия как наука о всеобщем, исходным прообразом которой и было учение Аристотеля;

2. Особая философская наука – онтология, учение о бытии как таковом, независимо от его частных выводов и отвлечений от вопросов теории и логики познания. В этом значении данное понятие употреблялось как в прошлом (Декарт, Лейбниц, Спиноза и др.), так и в настоящем. Представители современной западной науки (Агасси и др.) задачу метафизики видят в создании картины мира, тех или иных моделей реальности, онтологических схем на основании обобщения частнонаучного знания;

3. Философский способ познания (мышления) и действия, противостоящий диалектическому методу как своему антиподу.

Общенаучные методы исследования, так же, как и другие методы классифицируются по степени общности и сфере действия. Они получили широкое развитие и применение в науке в XX в. Общенаучные методы выступают в качестве своеобразной промежуточной методологии между философией и фундаментальными теоретико-методологическими положениями специальных наук. К общенаучным относятся такие понятия, как «информация», «модель», «структура», «функция», «система», «элемент», «вероятность», «оптимальность».

На основе общенаучных понятий и концепций формируются соответствующие методы и принципы познания, которые обеспечивают связь и оптимальное взаимодействие философии со специально-научным знанием и его методами. К числу общенаучных методов относятся системный, структурно-функциональный, кибернетический, вероятностный, моделирование, формализация и др.

В последнее время интенсивно развивается такая общенаучная дисциплина, как синергетика – теория самоорганизации и развития отдельных целостных систем любого происхождения – природных, социальных, когнитивных (познавательных). Основные понятия синергетики – «порядок», «хаос», «нелинейность», «неопределенность», «нестабильность» и др. Синергетические понятия тесно связаны и переплетаются с рядом философских категорий, особенно таких, как «бытие», «целое», «случайность», «возможность» и т.д.

Следует отметить, что в структуре общенаучной методологии чаще всего выделяют три уровня методов и приемов научного исследования:

□ Методы эмпирического исследования – наблюдение, эксперимент, сравнение, описание, измерение;

□ Методы теоретического исследования – моделирование, формализация, идеализация, аксиоматический метод, гипотетико-дедуктивный метод, восхождение от абстрактного к конкретному и др.;

□ Общелогические методы научного исследования – анализ и синтез, индукция, дедукция и аналогия, абстрагирование, обобщение, идеализация, формализация, вероятностно-статистические методы, системный подход и др.

Важная роль общенаучных подходов состоит в том, что благодаря своему «промежуточному характеру» они опосредуют взаимопереходы философского и

частнонаучного, дисциплинарного, междисциплинарного знания и соответствующих методов научного исследования.

Частные и специальные методы научного исследования

Они называются частными потому, что используются в родственных науках, обладают специфическими особенностями, зависящими от объекта и условий познания.

Частные методы научного исследования определяются прежде всего специфическим характером отдельных форм движения материи. Каждая сколько-нибудь развитая наука, имея свой особый предмет и свои теоретические принципы, применяет свои особые методы, вытекающие из того или иного понимания сущности её объекта.

Частно-научную методологию чаще всего определяют, как совокупность методов, принципов и приемов исследования, применяемых в той или иной науке. К ним обычно относят механику, физику, химию, геологию, биологию, социальные науки.

Специальные методы исследования используются только в одной отрасли научного знания, либо их применение ограничивается несколькими узкими областями знания. Например, к специальным методам криминалистики относятся методы трасологический, почерковедения, одорологический, судебной баллистики, антропометрический и др.

Теоретические и эмпирические методы научного исследования

Рассмотрим разделение методов исследования на эмпирические и теоретические в следующей группировке:

Теоретические методы:

методы-познавательные действия: выявление и разрешение противоречий, постановка проблемы, построение гипотезы и т.д.;

методы-операции: анализ, синтез, сравнение, абстрагирование и конкретизация и т.д.

Эмпирические методы:

методы-познавательные действия: обследование, мониторинг, эксперимент и т.д.;

методы-операции: наблюдение, измерение, опрос, тестирование и т.д.

Рассмотрим кратко основные из них.

Теоретические методы-операции определяются по основным мыслительным операциям, которыми являются: анализ и синтез, сравнение, абстрагирование и конкретизация, обобщение, формализация, индукция и дедукция, идеализация, аналогия, моделирование, мысленный эксперимент.

Анализ – это разложение исследуемого целого на части, выделение отдельных признаков и качеств явления, процесса или отношений явлений, процессов. Процедуры анализа входят органической составной частью во всякое научное исследование и обычно образуют первую его фазу, когда исследователь переходит от нерасчлененного описания изучаемого объекта к выявлению его строения, состава, его свойств и признаков.

Синтез – соединение различных элементов, сторон предмета в единое целое (систему). Синтез не простое суммирование, а смысловое соединение. Синтез противоположен анализу, с которым он неразрывно связан.

Сравнение – это познавательная операция, лежащая в основе суждений о сходстве и различии объектов. С помощью сравнения выявляются количественные и качественные характеристики объектов, осуществляется их классификация, упорядочение и оценка.

Абстрагирование – одна из основных мыслительных операций, позволяющая мысленно вычлнить и превратить в самостоятельный объект рассмотрения отдельные стороны, свойства или состояния объекта в чистом виде.

Конкретизация – процесс, противоположный абстрагированию, то есть нахождение целостного, взаимосвязанного, многостороннего и сложного. Исследователь первоначально образует различные абстракции, а затем на их основе посредством конкретизации воспроизводит эту целостность (мысленное конкретное), но уже на качественно ином уровне познания конкретного.

Обобщение – одна из основных познавательных мыслительных операций, состоящая в выделении и фиксации относительно устойчивых, инвариантных свойств объектов и их отношений. Функция обобщения состоит в упорядочении многообразия объектов, их классификации.

Формализация – отображение результатов мышления в точных понятиях или утверждениях. Является как бы мыслительной операцией «второго порядка». Формализация противопоставляется интуитивному мышлению.

В научных выводах одно суждение исходит от другого, на основе уже существующих выводов: индуктивные (индукция) и дедуктивные (дедукция).

Индукция – это умозаключение частных объектов, явлений к общему выводу, от отдельных фактов к обобщениям.

Дедукция – это умозаключение от общего к частному, от общих суждений к частным выводам.

Идеализация – мысленное конструирование представлений об объектах, не существующих или неосуществимых в действительности, но таких, для которых существуют прообразы в реальном мире. Примерами понятий, являющихся результатом идеализации, могут быть математические понятия «точка», «прямая». О понятиях, являющихся результатом идеализации, говорят, что в них мыслятся идеализированные (или идеальные) объекты.

Рассмотрим теоретические методы (методы-познавательные действия). Общефилософским, общенаучным методом является диалектика, рассмотренная ранее.

Далее, к теоретическим методам-действиям будут относиться два метода построения научных теорий:

□ дедуктивный метод (синоним - аксиоматический метод) – способ построения научной теории, при котором в её основу кладутся некоторые исходные положения аксиомы (синоним - постулаты), из которых все основные положения данной теории (теоремы) выводятся чисто логическим путем посредством доказательства. Данным методом строятся теории в математике, математической логике, теоретической физике;

□ второй метод в литературе не получил названия, но он безусловно существует, поскольку во всех остальных науках, кроме вышеперечисленных, теории строятся по методу, который назовем индуктивно-дедуктивным: сначала накапливается эмпирический базис, на основе которого строятся теоретические обобщения (индукция), которые могут выстраиваться в несколько уровней, а затем эти полученные обобщения могут быть распространены на все явления и объекты, охватываемые данной теорией (дедукция). Индуктивно-дедуктивным методом строится большинство теорий в науках о природе: физика, химия, биология, геология, география, психология, педагогика и т.д.

Теперь рассмотрим основные эмпирические методы (методы-операции).

Наблюдение – наиболее информативный метод исследования. Это единственный метод, который позволяет увидеть все стороны изучаемых явлений и процессов. В зависимости от целей наблюдения, оно может быть научным и ненаучным. Наблюдение как метод обладает рядом существенных недостатков. Так свои коррективы может вносить субъективное человеческое мнение, поэтому наблюдение часто сопровождается другим эмпирическим методом-измерением.

Измерение используется повсеместно, в любой человеческой деятельности. Можно выделить определенную структуру измерения, включающую следующие элементы:

1) познающий субъект, осуществляющий измерение с определенными познавательными целями;

2) средства измерения, среди которых могут быть как приборы и инструменты, сконструированные человеком, так и предметы, и процессы, данные природой;

3) объект измерения, то есть измеряемая величина или свойство, к которому применима процедура сравнения;

4) способ или метод измерения, который представляет собой совокупность практических действий, операций, выполняемых с помощью измерительных приборов, и включает в себя также определенные логические и вычислительные процедуры;

5) результат измерения, который представляет собой именованное число, выражаемое с помощью соответствующих наименований или знаков.

Опрос – это эмпирический метод, который применяется только в общественных и гуманитарных науках. Метод опроса подразделяется на устный и письменный опрос.

Тестирование – эмпирический метод, диагностическая процедура, заключающаяся в применении тестов (от английского test - задача, проба). Тесты обычно задаются испытуемым либо в виде перечня вопросов, требующих кратких и однозначных ответов, либо в виде задач, решение которых не занимает много времени. Тесты различаются на бланочные, аппаратные (например, на компьютере) и практические; для индивидуального применения и группового.

Далее мы рассмотрим эмпирические методы-действия, которые строятся на использовании методов-операций и их сочетаний. Данные методы можно разделить на два класса.

Первый класс – это методы изучения объекта без его преобразования. Назовем их методами отслеживания объекта. К ним относятся: обследование, мониторинг, изучение и обобщение опыта.

Другой класс методов связан с активным преобразованием исследователем изучаемого объекта – назовем эти методы преобразующими методами – в этот класс войдут такие методы, как опытная работа и эксперимент.

Обследование – это изучение исследуемого объекта с той или иной мерой глубины и детализации в зависимости от поставленных исследователем задач. Бывают внутренние (обследование предприятия) и внешние (обследование экономической ситуации в регионе, рынка труда и др.) обследования. Обследование проводится посредством методов-операций эмпирического исследования: наблюдения, изучения и анализа документации, устного и письменного опросов и т.д.

Мониторинг – это постоянный надзор, регулярное отслеживание состояния объекта, значений отдельных его параметров с целью изучения динамики происходящих процессов, прогнозирования тех или иных событий, а также предотвращение нежелательных явлений. Например, экологический мониторинг, синоптический мониторинг и т.д.

Эксперимент – общий эмпирический метод исследования (метод-действие), суть которого заключается в том, что явления и процессы изучаются в строго контролируемых и управляемых условиях.

В литературе имеется множество классификаций экспериментов. В зависимости от характера исследуемого объекта принято различать эксперименты физические, химические, психологические и другие. По основной цели эксперименты делятся на проверочные и поисковые. В зависимости от характера и разнообразия средств и условий эксперимента и способов использования этих средств можно различить прямой (если средства используются непосредственно для исследования объекта), модельный (если используется модель, заменяющая объект), полевой (в естественных условиях), лабораторный (в искусственных условиях) эксперимент.

Теоретические исследования

Теоретические исследования являются функцией мышления и играют большую роль в процессе познания объективной действительности. Целью теоретических исследований является выделение в процессе синтеза знаний существенных связей между исследуемым объектом и окружающей средой, объяснение и обобщение результатов эмпирического исследования, выявление общих закономерностей и их формализация. Теоретические исследования завершаются формированием теории.

Задачами теоретических исследований являются:

– обобщение результатов исследования;

- нахождение общих закономерностей путем обработки опытных данных;
- расширение результатов исследований на ряд других объектов;
- изучение объекта, недоступного для непосредственного исследования;
- повышение надежности экспериментального исследования объекта.

При проведении теоретических исследований используют методы анализа и синтеза, расчленения и объединения элементов системы.

В процессе расчленения выделяются существенные и несущественные параметры, основные элементы и связи между ними, изучается вид взаимосвязи элементов, осуществляется моделирование этих элементов. Затем элементы объединяются в сложную модель объекта.

Метод объединения позволяет изучать объект во всех его связях с окружающей средой путем фиксирования состояния тех элементов системы, которые взаимодействуют с окружением.

Теоретические исследования включают:

- анализ физической сущности процессов, явлений;
- формулирование гипотезы исследования;
- разработку физической модели;
- проведение математического исследования, либо формулирование рабочей гипотезы с графиками, таблицами и т. д.;
- анализ теоретических решений;
- формулирование выводов.

Задачи, которые приходится непрерывно решать при теоретических исследованиях, включают условия и требования.

Условие – это определение информационной системы, из которой следует исходить при решении задачи.

Требование – это цель, к которой нужно стремиться при решении. Исходные условия и требования даются в первоначальной формулировке задачи. Если их оказывается недостаточно для решения, то используют новые, привлеченные данные. Если в процессе решения задачи требуется отыскать новые условия и требования, то их называют искомыми.

Процесс проведения теоретических исследований состоит из стадий:

- оперативная стадия, включающая проверку возможности устранения технического противоречия разными методами, оценку возможных изменений в среде, окружающей объект, применение «обратного решения» или использование «прообразов природы»;
- синтетическая стадия, в процессе которой определяется влияние изменения одной части объекта на построение других его частей, изменение других объектов, работающих совместно с данным;
- стадия постановки задачи, в которой определяется конечная цель решения задачи, выбирается наиболее эффективный путь решения, определяются требуемые количественные показатели;
- аналитическая стадия включает определение идеального конечного результата, выявляются помехи, мешающие получению идеального конечного результата, и их причины, определяются условия, при которых можно устранить «помеху» и получить идеальный конечный результат.

Определение идеального конечного результата и технического противоречия при формулировке задачи, умение увидеть скрытое основное отношение элементов системы часто значительно облегчает решение задачи.

Решение теоретических задач носит творческий характер. Собственные творческие мысли (оригинальные решения) возникают у исследователя тем чаще, чем больше сил, труда, времени затрачивается на постоянное обдумывание путей решения. Применение эвристических примеров, методов теории решения задач позволяет стимулировать работу воображения, гасить психологическую инерцию и значительно снизить затраты труда и времени научного работника.

При решении теоретических задач применяют также математический, аналитический и вероятностно-статистический методы.

При использовании математических методов в исследовании разрабатывают математическую модель, представляющую собой систему математических соотношений – формул, функций, уравнений, систем уравнений, описывающих те или иные стороны изучаемого объекта (явления, процесса).

Этапами математического моделирования являются:

– постановка задачи, определение объекта и целей исследования, задание критериев изучения объекта, управление ими, установление границ области влияния изучаемого объекта;

– выбор типа математической модели, с установлением его линейности или нелинейности, динамичности или статичности, стационарности или нестационарности.

При выборе типа математической модели важным является определение схемы взаимодействия объекта с внешней средой по соотношению входных и выходных величин.

Последовательность научно-исследовательской работы складывается из следующих этапов (детальному рассмотрению которых будет посвящен следующий раздел):

– формулировка темы работы и технико-экономическое обоснование;

– теоретические исследования с разработкой математической модели;

– экспериментальные исследования;

- анализ полученных результатов;

- формулирование научных и производственных выводов;

– составление научно-технического отчёта;

– внедрение результатов исследований в производство.

Основой разработки каждого научного исследования является методология творчества, то есть совокупность методов, способов, приёмов и определённая последовательность их применения, принятая при разработке изучаемого технологического или физического процесса, или явления.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Идеальное воспроизведение в языковой форме обобщенных представлений о закономерных связях объективного мира это:

2. Процесс движения человеческой мысли от незнания к знанию называют:

3. Человек познаёт законы природы (овладевает знаниями), чтобы применить их в своей производственной, общественной и научной деятельности, именуемой?

4. Отражение мозгом человека свойств предметов или явлений объективного мира, которые действуют на органы чувств это:

5. Вторичный образ предмета или явления, который в данный момент не действует на органы чувств человека, но обязательно действовал ранее это:

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.2. Этапы выполнения исследований

3. Цели занятия.

– изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;

– приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;

– овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;

– применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Описание этапов исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Организация процесса исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Результаты и эффективность исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Этапы выполнения исследований

Текст лекции.

Описание этапов исследования

Научное исследование может быть условно подразделено на три этапа:

1. Установочный этап
2. Собственно исследовательский этап
3. Этап обработки исследования

Установочный этап

Установочный этап исследования включает в себя несколько составляющих – подэтапов.

Первый подэтап – наиболее трудный и ответственный подэтап – выбор темы исследования. Принято считать, что правильно выбрать тему – это наполовину обеспечить успешное ее выполнение. Тема должна быть актуальна, отличаться новизной, направлять научный поиск в область животрепещущих, еще не разрешенных проблем и вопросов современной науки. Но прежде необходимо определиться к какому типу исследования она будет относиться. В настоящее время общепринятой является следующая классификация типов исследований по их направленности в цепи «теория-практика»:

□ фундаментальные исследования, направленные на разработку и развитие теоретических концепций науки, ее методологии, научного статуса, ее истории; фундаментальные исследования также в границах отдельных дисциплин: теории, дидактики, предметных методик, специальной тематики и т.д. Результаты фундаментальных

исследований не всегда находят прямой выход в практику; прикладные исследования решают в большей мере практические задачи или теоретические вопросы практического направления. Обычно прикладные исследования являются логическим продолжением фундаментальных, по отношению к которым они носят вспомогательный характер;

– практические разработки. Их задача – непосредственное обслуживание практики образования. Результатами разработок являются учебные программы, методические пособия и рекомендации, инструкции и т.д.

При выборе темы исследования предпочтительно брать задачу сравнительно узкого плана, которую предстоит разработать глубоко и всесторонне, при этом необходимо иметь в виду ее актуальность и соответствие требованиям науки и практики. Искусственные, оторванные от жизни темы исследовательской работы не оправдывают себя с точки зрения профессиональной педагогики как науки и вызывают лишь ироническое отношение к ним со стороны учителей-практиков и других работников просвещения.

Важным критерием при выборе темы является наличие у самого исследователя достаточного положительного опыта работы и способностей. И совершенно логично, что тему исследования исследователь выбирает именно из той области, в которой у него уже разработаны полезные работы и собран ценный материал наблюдений.

Общественное развитие естественным образом создает сферу своих интересов, которым подчиняется тематика педагогических исследований. Назовем два составляющих элемента: объективно существующая потребность в процессе непрерывного углубления, расширения и обновления системы знаний, включаемых в содержание образования. Эта потребность определяется достижениями науки и научно-технического прогресса в общественном производстве и вытекающими из этого требованиями к подготовке подрастающего поколения; необходимость адекватной реакции педагогики и частных методик в содержании, организационных формах и методах обучения и воспитания, реализуемой в педагогической практике. При этом должны использоваться достижения наук, связанных с развитием человека, таких, как психология, физиология, социология и пр.

При выборе темы надо обязательно учитывать и возможности материальной базы, специальной техники и наличие методики исследования. Также следует учитывать и то, как соответствующая проблема была освещена в научных работах до настоящего времени и отдавать предпочтение менее изученным и слабо освещенным.

Для выбора темы исследования можно использовать следующие приемы: научное исследование – ознакомление с обзором достижений науки и техники. Именно так в свое время натолкнулась на важную тему для диссертации известный физик Мария Кюри-Склодовская. Просматривая новые журналы в поисках научной информации, она обратила внимание на интересное явление, незадолго до этого подмеченное французским физиком Анри Беккерелем. Уран и его соли испускали какие-то лучи, которые проходя сквозь черную бумагу, вызывали свечение некоторых веществ. М.Кюри-Склодовская с головой ушла в захватившую ее работу в еще малоисследованной области. Как известно, в 1898 г. совместно со своим мужем Пьером Кюри она открыла новые радиоактивные элементы – полоний и радий. В настоящее время многие журналы регулярно публикуют критические обзоры новейших научных достижений, что облегчает ориентацию в малоизученной тематике современной науки; ознакомление с новейшими результатами исследований в смежных, пограничных областях науки и техники.

На «стыках» наук часто выявляются новые и важные открытия. Недаром же эти пограничные области называют «белыми пятнами» в науке; разработка новых более эффективных методов исследования, принципов конструирования машин, технологических приемов применительно к конкретной отрасли народного хозяйства на основе новейших достижений науки и техники. Методические исследования могут служить темами диссертационных работ, если проводятся на достаточно высоком теоретическом уровне, экономически и технически хорошо обоснованы, имеют прикладное значение.

Академик И.П. Павлов говорил, что наука движется толчками, в зависимости от успехов, делаемых методикой; пересмотр старых открытий при помощи новых методов, с новых позиций, с привлечением нового фактического материала. В истории науки есть немало таких замечательных примеров, когда пересмотр старых открытий под новым углом зрения давал исключительные результаты. Напомним о коренной проверке аксиом древнегреческого геометра Эвклида знаменитым русским математиком Н.И. Лобачевским. Это привело к открытию Н.И. Лобачевским так называемой неевклидовой геометрии, нового учения в математике; всесторонний анализ новых статистических, экспериментальных, описательных и других материалов ведомственного характера. Разумеется, эти материалы должны быть использованы с согласия их владельцев, ведомств, учреждений и сохранением установленных правил публикации; консультации с деятелями науки, техники, новаторами производства, учителями-практиками, позволяющие выявить важные вопросы практики, мало изученные в теоретическом плане; просмотр каталогов защищенных диссертаций.

Автору будущей работы необходимо выяснить, максимально используя все доступные средства и информацию, не ведутся ли исследования по выбранной теме в других местах и другими людьми. Встреча с коллегой до начала работы будет более приятной, чем потом, на процедуре защиты, когда соискателю сообщат, что диссертация на подобную или весьма близкую тему была защищена недавно.

Вторым подэтапом является ознакомление с проблемой посредством литературных источников.

После предварительного выбора темы исследователю необходимо провести библиографический поиск по данной отрасли, чтобы получить точное представление о сделанном до него по изучаемому вопросу.

При выборе литературы рекомендуется в первую очередь остановиться на каком-либо более обширном источнике, в котором рассматривается выбранная проблема исследования. В ходе тщательной проработки такого произведения можно обнаружить, что в тексте, подстрочных ссылках и перечне использованной литературы назван целый ряд трудов, в которых рассматривается избранная для исследования проблема.

Изучение научных публикаций необходимо проводить по этапам:

- общее ознакомление с произведением в целом по его оглавлению;
- беглый просмотр содержания;
- чтение в порядке последовательности расположения материала;
- выборочное чтение какой-либо части произведения;
- выписка представляющих интерес материалов;
- критическая оценка записанного, его редактирование для возможного

использования в своей работе.

Такую работу желательно проводить параллельно с составлением картотеки литературных источников.

При анализе картотеки можно выяснить, что намеченная для исследования проблема уже изучена, описана и широко применяется на практике. Таким образом, основательное изучение литературы позволит избежать напрасной работы над уже разрешенной проблемой. Картотека может также указать на то, что хотя исследуемая тема уже широко рассмотрена во многих трудах, но целый ряд вопросов затронут лишь мимоходом, поверхностно, детально не изучен.

К тому же исследователь может не согласиться с некоторыми положениями, излагаемыми в проведенных исследованиях. В таком случае опубликованные труды не являются препятствием для продолжения исследования, разбор их может привести лишь к некоторому изменению в предварительно сформулированной теме.

Третий подэтап. Таким образом, уточнение темы и составление плана научно-исследовательской работы является третьим этапом исследования.

Формулировка выбранной темы должна быть четкой, ясной и выражать сущность проблемы исследования.

Далее следует составление первоначального плана научно-исследовательской работы. Его иногда называют программой исследования. Он определяет систематичность и последовательность исследования. Основной частью плана научно-исследовательской работы является методика исследования, т.е. совокупность и взаимосвязь способов, методов и приемов научно-исследовательской работы.

При составлении плана в первую очередь следует сформулировать обоснование актуальности темы исследования. Здесь нужно указать из каких соображений приступают к исследованию данной проблемы, чем обусловлена необходимость исследования – развитием науки, общественными потребностями или она представляет собой обобщение опыта и т.д. Какие задачи стоят перед практикой обучения и воспитания и перед педагогической наукой в аспекте избранного направления в конкретных социально-экономических условиях развития общества; что уже сделано, что осталось нераскрытым и что предстоит сделать. На этой основе формулируется противоречие.

Выявленное противоречие может иметь место в практике. Может быть целый ряд противоречий, но в каждом случае противоположные стороны каждого противоречия относятся либо к практике (и только к одному ее аспекту), либо к теории (и тоже только в одном каком-то аспекте).

Следующий логический шаг – формулирование проблемы. В научном смысле, проблема – это объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес. В этом смысле проблема выступает как осознание, констатация недостаточности достигнутого к данному моменту уровня знаний, что является либо следствием открытия новых фактов, связей, законов, обнаружения логических изъянов существующих теорий, либо следствием появления новых запросов педагогической практики, которые требуют выхода за пределы уже полученных знаний, движения к новым знаниям.

Таким образом, проблема исследования логически вытекает из установленного противоречия, из него вычленено то, что имеет отношение только к науке и переведено в плоскость познания, сформулировано на языке науки. Ставя проблему, исследователь отвечает на вопрос: что надо изучить из того, что раньше не было изучено?

Вслед за проблемой исследования определяется его объект и предмет. Объект в гносеологии – это то, что противостоит познающему субъекту, т.е. автору исследования. Адекватное воспроизведение объекта в мышлении предполагает преобразование исходных данных познания, а идеальное воссоздание объекта выступает как результат применения субъектом определенных способов познавательной деятельности, логических операций.

Вырабатываемое субъектом знание постоянно соотносится с объектом, проверяется через материальную практическую деятельность.

Объект исследования очевидно всегда лежит в области целенаправленного процесса; его теории и методики организации, его содержания и принципов, изучения сложившихся и создания новых форм, методов и приемов деятельности. Определяя объект исследования, мы отвечаем на вопрос: что исследуем?

Предмет исследования – это тот аспект, та точка зрения, с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом главные, наиболее существенные, с точки зрения исследователя, признаки объекта. Он уточняет, приближает к абсолютной истине объект исследования. Эта категория, обозначающая некоторую целостность, выделенную из мира объектов в процессе человеческой деятельности и познания. Между объектом и предметом исследования существует неразрывная связь. Один и тот же объект может быть предметом разных исследований. Так, объект «учебный процесс» может изучаться дидактами, методистами, психологами, физиологами и т.д. Но у них у всех будут разные предметы исследования, то есть тот аспект исследования, о котором будет получено новое знание находит отражение в предмете исследования.

Затем определяется цель исследования, то есть то, чего собирается добиться в своей работе исследователь, какой результат он намерен получить.

Следующий важный момент – построение гипотезы. Гипотеза – это научное предположение, истинное значение которого неопределенно. Она представляет собой возможный (предполагаемый) ответ на вопрос, который исследователь поставил перед собой, и состоит из предполагаемых связей между изучаемыми объектами.

Научная гипотеза представляет собой научно обоснованное предсказание о ходе и результатах исследования, которое может превратиться в научную теорию. Построение гипотезы является одним из наиболее трудных этапов исследования.

Гипотеза в исследованиях успешно выполняет свою функцию лишь в том случае, если она опирается на многосторонний и основательный анализ соответствующих явлений. Гипотеза, построенная на внешней аналогии, без учета специфики явлений, может даже препятствовать нормальному ходу исследования.

Итак, гипотеза является одним из главных методов развития научного знания, который заключается в выдвижении гипотезы и последующей ее экспериментальной, а подчас и теоретической проверке, которая либо подтверждает гипотезу, и она становится фактом, концепцией, теорией, либо опровергает, и тогда строится новая гипотеза и т.д.

Намечая логику своего исследования, ученый формулирует ряд частных исследовательских задач, которые в своей совокупности должны дать понимание того, что нужно сделать для достижения цели.

Задачи исследования вытекают из гипотезы и предмета. Содержание и число задач должно быть достаточным, чтобы полностью охватить предмет исследования и, в результате предстоящего исследования, в том числе и будущего эксперимента, получить научно обоснованный ответ на высказанную гипотезу.

Задачи исследования характеризуют работу со стороны планируемых результатов, целей, которые ставит перед собой исследователь. Задачами исследования могут быть: описание, выявление, разработка, обоснование, уточнение, дополнение, систематизация, совершенствование, развитие, конкретизация, анализ (концепции, подхода, метода, содержания образования и т.д.).

Таким образом, задачи исследования выступают как частные, сравнительно самостоятельные цели по отношению к общей цели исследования в конкретных условиях проверки сформулированной гипотезы.

В первоначальном плане исследовательской работы должны быть указаны отдельные исследуемые вопросы, перечислены используемые в работе методы исследования и обработки их результатов, а также должно быть указано, каким путем результаты исследования будут внедряться в практику.

Важнейшей характеристикой исследования является его результат – совокупность идей, теоретических и практических выводов, полученных в соответствии с целями и задачами работы. Результат исследований отражает достигнутый уровень знаний, фиксирует элементы его приращения. Он должен быть обоснованным и доказанным, иметь значение для науки и практики, нести общественно новые знания.

К первоначальному плану должен быть предложен и календарный план исследовательской работы. Успех любого научного труда во многом зависит от того, насколько правильно исследователь сумеет спланировать выполнение каждого этапа своего исследования в определенные сроки и насколько строго он будет их придерживаться.

Исследовательский этап

На данном этапе происходит сам процесс исследования, который можно разделить на следующие части.

Работа с литературой. Место данного этапа работы определено условно, поскольку реально работа с литературой начинается в процессе выбора темы и продолжается до конца исследования. Эффективность работы с литературными источниками зависит от знания определенных правил их поиска, соответствующей методики изучения и конспектирования. Под «литературным источником» понимается документ, содержащий какую-либо информацию (монография, статья, тезисы, книга, диссертации и т. п.).

Выбор методов исследования. Метод исследования – это способ получения сбора, обработки или анализа данных. Основным ориентиром для выбора методов исследования могут служить его задачи. Именно задачи, поставленные перед работой, определяют способы их разрешения, а стало быть, и выбор соответствующих методов исследования. При этом важно подбирать такие методы, которые были бы адекватны своеобразию изучаемых явлений.

Организация условий проведения исследования. Организация исследования связана с планированием его проведения, которое определяет последовательность всех этапов работы, а также с подготовкой всех условий, обеспечивающих полноценное исследование. Сюда входят подготовка соответствующей обстановки, приборов, средств, инструктаж помощников, планирование наблюдения и т. д.

Проведение исследования. На этом этапе работы с помощью выбранных методов исследования собирают необходимые эмпирические данные для проверки выдвинутой гипотезы.

Этап обработки исследования

На данном этапе собранные материалы обрабатывают статистически: на основе сведений, полученных об отдельных изучаемых явлениях, определяют данные, характеризующие исследуемый комплекс в целом.

После сведения результатов исследования может быть выяснено, что полученные данные недостаточно достоверны и возникает необходимость в дополнительном сборе материалов. Проводится дополнительная серия наблюдений или экспериментов. При этом необходимо иметь в виду, что дополнительные наблюдения или эксперименты должны проводиться в тех же условиях, что и основные.

Далее следует анализ результатов исследования. Одно лишь правильное, логичное построение хода научной работы не гарантирует правильной логики исследования. Логика исследования – это, прежде всего, логика отбора и анализа фактов действительности. Самым крупным недостатком научной работы является то, что чаще всего в них ограничиваются лишь описанием явлений, без осмысления их сущности, причин и связей с другими процессами и явлениями. Если и делаются попытки анализировать явления, то в большинстве случаев это сводится к анализу обычных и только видимых сторон. Таким образом, логика исследовательской работы связана не только с методами сбора материалов, но и с проблемами обработки анализа и интерпретации собранных материалов.

Результаты любого завершенного исследования можно раскрыть с точки зрения его содержания, значения для науки и практики, способа получения, обоснованности и доказательности. Для оценки качества научно-педагогических исследований они должны быть представлены в таком виде, чтобы их можно было ввести в арсенал какой-то науки, внедрить в практику. Результаты исследований должны быть соответствующим образом описаны. Результатом завершенных исследований может быть разработка новых концепций; методов; форм и средств; выявление закономерностей; постановка новых проблем; подтверждение или опровержение гипотез; разработка классификаций; анализ практики и т.д.

Одновременно с анализом результатов исследования нужно подумать и о способе изложения и представления их в работе. Связи между отдельными явлениями можно описать, представить в виде различных диаграмм, таблиц, графиков, выразить математически с помощью различных формул и т.д. Обычно все эти возможности используются комбинировано, так как четкость и понятность результатов исследования, а, следовательно, и их внедрение в практику во многом зависит от методов их изложения и интерпретирования.

Следующим этапом исследования является оформление научно-исследовательской работы. Письменное изложение работы происходит на основе расширенного плана, который по мере надобности, дополняется и исправляется.

Объем диссертации определяет умение соискателя кратко и исчерпывающе, точно и всесторонне изложить содержание исследуемой темы, своих новых научных результатов и необходимых аргументов в их защиту. Поэтому чем меньше объем диссертации, тем выше ее ценность в научно-методическом отношении. Это значит, что диссертант, подобно

скульптору, взявшему глыбу мрамора и отсекающему все лишнее, должен получить гармоничное по форме и содержанию научное произведение. Известны примеры, когда кандидатские и докторские диссертации не превышали 16-40 страниц машинописного текста.

Немаловажное значение имеет и язык изложения научной работы, так называемый научный стиль. Языку научных сочинений всегда приписывались такие свойства, как точность словоупотребления, деловитость и строгость описаний и определений. Необходимо излагать мысли, факты, доказательства так, чтобы они были ясны для специалистов, вместе с тем научные работы должны быть понятны в своей основе и широкому кругу образованных читателей.

Благодаря специальным терминам и знакам, стандартным и международным условным обозначениям достигается возможность в краткой и экономной форме давать развернутые определения и характеристики научных фактов, понятий, процессов, явлений. Естественно, что точное и исчерпывающее определение какого-либо понятия есть залог правильного его понимания. Следовательно, нужно с большим вниманием выбирать научные термины и обозначения, а также иностранные слова для своих сочинений, памятуя русскую поговорку: «Лучше споткнуться ногой, нежели словом». Еще А.М. Деборин (1957г.) писал: «Следует твердо помнить, что научный термин – не просто слово, а выражение сущности данного явления. Поэтому необходимо заботиться о кристальной ясности и определенности терминологии, поскольку она представляет собой сущность самих объективных явлений, сущность самой науки».

В процессе написания работы четко должна просматриваться последовательность проведения принятой теоретической позиции, логичность изложения. Не менее важной чертой подлинно научного изложения является также глубокая взаимосвязь теоретических положений. Здесь же скажем об изяществе научной речи. Выразительность научного изложения заключается в четкости и ясности речи, в соединении с образностью. Изяществу речи препятствует частое повторение одних и тех же слов. Необходимо находить синонимы нужных слов. В хорошо отредактированном сочинении отдельные слова повторяются не чаще, чем через 50-100 слов, а если возможно, то упоминаются только один раз на странице.

Изяществу научной речи способствует тщательный выбор слов. Это позволяет употреблять их с различными значениями и оттенками мысли. Разумеется, речь не идет об установившейся научной терминологии и стандартных обозначениях. Если одним в случае пишут «истинный», то в другом лучше сказать: настоящий, подлинный, действительный и т.п.

Последним этапом исследования является оценка эффективности исследования. Хотя она определяется вышестоящими органами, исследователь должен и сам знать и оценить результаты своей работы.

Если основной характеристикой фундаментальных исследований является их теоретическая актуальность, новизна, концептуальность и доказательность, перспективность и возможность внедрения в практику, то при рассмотрении прикладных исследований следует оценивать в первую очередь их практическую необходимость и значимость, возможность внедрения в практику.

Теоретическая значимость исследования – это вклад в научное познание, в науку. Теоретический уровень научного знания предполагает открытие законов и закономерностей, обоснование концепций и классификаций, разработку принципов и моделей, дающих возможность идеализировать описания и объяснения эмпирических ситуаций, т.е. познания сущности явления. Формирование теоретического уровня науки приводит к качественному изменению эмпирического уровня.

Практическая значимость исследования имеет прикладное значение. Для педагогических работ практическая значимость заключается в предложениях по реализации нового содержания образования, активных методов обучения, использования технических средств обучения и т.п. Как правило, эти предложения представлены в виде учебников, программ, методических разработок, рекомендаций и пр.

Можно выделить следующие основные результаты исследований.

Теоретические положения – новые концепции, подходы, направления, идеи, гипотезы, закономерности, тенденции, классификации, принципы. Их уточнение, развитие, дополнение, разработка, проверка, подтверждение, опровержение.

Практические рекомендации – новые методики, правила, алгоритмы, предложения, нормативные документы, программы. Их уточнение, дополнение, разработка, проверка.

Система в работе, целеустремленность, сосредоточенность и настойчивость в решении поставленных задач, критическая и скромная оценка полученных результатов обеспечивает хорошую продуктивность умственного труда не менее, чем любого физического. Необходимо научиться не только смотреть, но видеть, замечать важные частности, большое – в малом, не уклоняясь от намеченной главной линии исследования.

В заключение следует отметить, что от правильной последовательности отдельных этапов исследования их взаимной связи зависят объективные результаты исследовательской работы и успешность литературного оформления научного труда.

Организация процесса исследования

Организация исследования – порядок проведения, основанный на распределении функций и ответственности, закрепленных в регламентах, нормативах и инструкциях

Рисунок 2.1 – Концепция исследования и смысловые разделы

На рис. 2.1 Изображена концепция исследования, которая может содержать следующие смысловые разделы:

- общее определение исследуемой проблемы;
- местоположение проблемы в СУ (подсистема, элемент, компонент);
- цель исследования;
- основная идея решения проблемы;
- общее определение методов исследования;
- укрупненная оценка потребности в ресурсах для проведения исследования (людские, временные, финансовые).

На основе концепции исследования разрабатывается программа (или план) исследования, в соответствии с которой определяют порядок выполнения, включающий три этапа исследования:

- сбор данных (экспериментальная проверка гипотез);
- классификация, анализ и интерпретация;
- выводы, обобщение, корректировка гипотезы или разработка новой гипотезы.

Программа исследования должна быть сбалансирована по срокам, исполнителям, используемым методам исследования и обработки исходных данных, средствам, а также увязана с другими исследовательскими планами и программами

Чаще всего на практике используются четыре метода проведения исследования – диагностика, анализ, прогнозирование и синтез, составляющие основу внутреннего аудита в рамках функционирования подсистемы саморазвития. Это методы внутрифирменного исследования (например, в рамках подсистемы саморазвития) и внешний аудит или консалтинговые исследования проведения исследования и направления их применения

Виды и методы проведения исследования подробнее рассмотрим в следующих подразделах.

Организация и проведение исследования имеет свою внутреннюю логику и последовательность действий, которые проявляются в следующих основных этапах :

- 1) организационно-технический или предварительный,
- 2) методический,
- 3) исследовательский,
- 4) заключительный

Рассмотрим содержание основных этапов организации и проведения исследования.

Организационно-технический этап включает в себя подготовительные работы, направленные на разработку управленческих решений по проведению исследования:

- сбор предварительной информации по проблематике исследования;
- обоснование актуальности проблемы, определение места этой проблемы в эффективности функционирования организации, подлежащей исследованию;
- разработка проекта технического задания на проведение исследования (ТЗ);
- разработка проекта договора, сметы затрат, календарного графика работ при необходимости;
- предварительный подбор специалистов, необходимых для работы и уточнение условий работы, выдвигаемых участниками;
- согласование, утверждение ТЗ (является составной частью договора) и договора;
- разработка, согласование и утверждение приказа руководителя исследуемой организации о проведении исследования с определением сроков, участников и др. необходимых действий со стороны этой организации по обеспечению проведения этой работы.

Методический этап организации и проведения исследования включает в себя разработку, согласование и утверждение методики проведения исследования. Структуризация методики проведения исследования представлена на рисунке 2.4.

Исследовательский этап организации и проведения исследования включает в себя собственно этап исследования конкретной системы управления на основе принятой методики исследования.

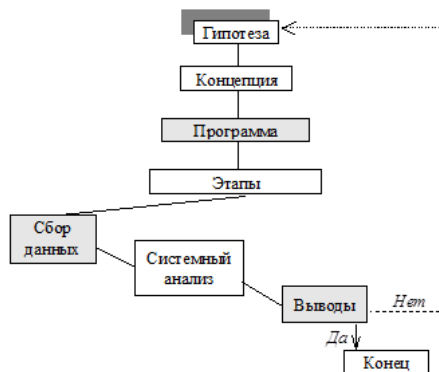


Рисунок 2.4 – Структуризация методики проведения исследования

Заключительный этап организации и проведения исследования может содержать следующие этапы:

- представление руководству отчета или других итоговых материалов и доработка по полученным от него замечаниям в случае необходимости;
- разработка мер по внедрению результатов исследования, если это не являлось предметом договора или темы исследования.

В общем виде методика проведения исследования включает в себя четыре основных раздела:

- 1) теоретический;
- 2) методический;
- 3) экономический;
- 4) организационный.

Рассмотрим подробнее разделы методики исследования.

1. Теоретический раздел содержит формулировки понятийного аппарата конкретного исследования: цели, критерии оценки, задачи, объект, предмет исследования, гипотеза и концепция исследования и др.

2. Методический раздел представляет собой совокупность следующей информации:

- обоснование выбора метода(ов) проведения исследования;
- обоснование метода(ов) сбора, обработки данных об исследуемом объекте;
- определение требований к информационному обеспечению исследования;
- определение методов и порядка процедур, необходимых для проведения анализа полученных результатов, резервов и путей их использования;
- порядок оформления полученных в ходе анализа результатов;
- порядок разработки альтернативных вариантов (не менее трех вариантов) решений исследуемой проблемы, а также критерии и порядок обоснования выбора наилучшего варианта решения.

Информационное обеспечение исследования должно отвечать следующим известным требованиям: непротиворечивость информации; стыковка показателей между собой; единство методической основы получения информации и др.

3. Экономический раздел методики исследования содержит в себе методику расчета экономической эффективности предлагаемых в ходе исследования вариантов решений.

4. Организационный раздел методики исследования содержит в себе:

А) план проведения исследования;

Б) порядок формирования исследовательского коллектива за счет внутренних и внешних специалистов, требования к его профессиональному составу и опыту работы специалистов, их распределение по этапам и видам исследований. В этом подразделе определяется организационная форма исследования. Среди исследователей могут потребоваться специалисты в следующих отраслях знаний:

- системный анализ;
- управление организацией, персоналом;
- технологии производства продукции (товаров, работ и услуг);
- информатика, автоматизация управленческого труда и документооборот;
- психология, социологические исследования и др.;
- определение потребности в технических и др. средствах оснащения процесса исследования;
- распределение финансовых ресурсов;
- способы и порядок оформления итогового отчета.

План проведения исследования в составе организационного раздела методики исследования разрабатывается на основе утвержденного договора и его составной части – ТЗ. План исследования должен содержать следующие основные части:

- объект или список объектов исследования, четкое определение контуров проблемы и концептуальных положений исследования;
- условия, внутренние и внешние ограничения, накладываемые особенностью исследуемой организации на проведение исследовательских работ;
- перечень работ, исполнителей, сроков, затрат;
- проект технологии (алгоритм) исследования (перечень методов исследования);
- проект обеспечения информационной безопасности исследования (защита от утечки нежелательной информации до утверждения результатов работы руководством исследуемой организации);
- перечень ожидаемых результатов;
- калькуляция общих затрат на исследование.

Методика проведения исследования, план проведения исследования являются плановыми, организационными и одновременно финансовыми документами, поэтому они должны быть утверждены руководством.

Сбор данных в ходе исследования может осуществляться по следующим направлениям:

- изучение результатов финансово-хозяйственной деятельности;
- изучение документированных и не документированных сообщений (документов, правил ведения бизнеса, данных);
- собеседования со специалистами исследуемой организации;

- изучение опыта развития и управления родственных организаций.
- Известны следующие формы проведения исследования СУ:
- привлечение консалтинговых организаций;
 - индивидуальные и коллективные исследования по договору;
 - исследования, проводимые собственными силами организации самостоятельно или с привлечением некоторых специалистов извне;
 - исследования, проводимые специализированным подразделением организации в рамках подсистемы саморазвития, или внутрифирменный управленческий аудит.

Таким образом, планирование и организация процесса исследования – крайне важный цикл действий, и во многом эффективность исследования зависит от качественного их выполнения.

Всякое исследование должно быть обеспечено фактологически.

Ресурсы исследования – комплекс средств и возможностей (информационных, экономических, людских и пр.), обеспечивающих успешное проведение исследования и достижение его результатов.

Результаты и эффективность исследования

Научный результат – это выраженный в том или ином виде фрагмент системы знаний и/или эффект от применения знаний.

В любом научном исследовании одни научные результаты по отношению к другим могут выступать в роли предваряющих (в том числе исходных) и/или вытекающих (в том числе итоговых).

Научные положения – это выраженные в виде четких формулировок теоретические результаты-идеи, имеющие научное объяснение (обоснование), констатирующие свойства предмета исследования и/или указывающие возможности (пути, способы) их применения (реализации).

К наиболее важным видам научных положений относятся объяснения, обоснования, доказательства, выводы, предложения, рекомендации.

Научные положения не исключают других научных результатов. В отличие от научных положений, другие научные результаты обычно носят практическую направленность и представляют собой результаты-объекты научного творчества, являющиеся воплощениями научных результатов-идей, сформулированных в виде научных положений. Такие результаты лежат в широком спектре от «теоретических» до «прагматических» и выражаются в виде результатов методического (методологического) и предметного уровня – научного инструментария (методов, моделей, методик, экспериментальных установок), научных эффектов, результатов экспериментов, устройств, технических и организационных систем и др.

Другие выдвигаемые для защиты наиболее существенные научные результаты (не являющиеся научными положениями) представляют собой результаты-объекты научного творчества – такие, как метод, методика, модель, формульное соотношение и другие результаты обычно научно-методического характера.

Формулировки наиболее существенных научных положений и других новых научных результатов, выдвигаемых для защиты, рекомендуется получить либо (при заблаговременном формулировании) откорректировать после завершения работы над выводами по всем разделам диссертации. Окончательные формулировки получаются (корректируются) на основе взятых в непосредственном или обобщенном виде тех выводов и их элементов, которые, во-первых, являются ключевыми с точки зрения достижения общей цели диссертационного исследования, во-вторых, потребовали наибольшего научного творчества и наиболее сложного научного обоснования и доказательства, а в-третьих, обладают наибольшей научной актуальностью, новизной и значимостью.

Научная новизна диссертационного исследования – это признак, наличие которого дает автору право на использование понятия «впервые» при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом.

Понятие «впервые» означает в науке факт отсутствия подобных результатов до публикации результатов, полученных автором той или иной научной разработки.

Впервые могут проводиться исследования на оригинальные темы, которые ранее не исследовались в той или иной отрасли научного знания. В такой ситуации возможны случаи, когда научная новизна абсолютна и не терпит возражений – такая ситуация имеет место при выполнении исследований впервые в мире, стране; относительно – когда тема является новой для отраслей науки или хозяйства.

Оценка научной новизны исследования означает выявление первенства автора в определении и исследовании той или иной темы диссертационного исследования.

Для оценки научной новизны диссертационного исследования возможно использование некоторых признаков. Для большого числа наук существенным является наличие теоретических положений, которые впервые сформулированы и содержательно обоснованы; методических рекомендаций, которые внедрены в практику и оказывают существенное влияние на достижение новых социально-экономических результатов. Новыми могут быть только те положения диссертационного исследования, которые способствуют дальнейшему развитию науки в целом и отдельных ее направлений.

Многие специалисты относят к признакам новизны выявление, анализ и обобщение новых явлений, тенденций, закономерностей современного развития тех или иных отраслей науки и наличие выводов и рекомендаций, обладающих научной ценностью и практической значимостью для различных сфер деятельности.

Автор вправе претендовать на новизну, если его научные разработки содержат формулировки и обоснования понятий, категорий и их отдельных элементов, углубляющих понимание сущности социально-экономических и политических процессов и явлений, законов и закономерностей развития, механизмов взаимодействия, организации производства и общественных отношений; развитие методологии и методов науки.

Не менее значимы при оценке новизны такие признаки, как разработка и обоснование концепций экономического и политического развития общества, его отдельных элементов и организационно-экономических и социальных структур, обоснование новых или совершенствование применяемых методов обеспечения управления производственной и непромышленной сферами деятельности.

Ориентация исследований на разработку и совершенствование методов управления, прогнозирования, планирования; формирование направлений хозяйственного и социального развития позволяет предлагать новые нестандартные решения и механизмы их эффективного использования. Как правило, новые решения достигаются в ходе разработок методов и моделей оптимизации и развития экономических, технических и социальных явлений и процессов при их детальном анализе, классификации и моделировании.

Важной является работа магистранта по поиску новых путей решения социально-экономических задач и проблем, поиску новых методов исследования в различных сферах деятельности.

Элементы новизны должны присутствовать при совершенствовании существующих методов повышения эффективности экономического, технического и социально-политического развития организации.

Само определение «практическая значимость» отражает реализацию научной новизны и свидетельствует об оправданности, необходимости выполнения диссертационных исследований, позволяющих что-то создать, улучшить и т.д., т.е. получить определенный эффект, выгоду. Практическая значимость свидетельствует о перспективности использования конечного результата диссертационного исследования в той или иной области, с той или иной целью.

Если результат исследования не материален, то практическая значимость результатов диссертационных исследований способствует расширению знаний и их применению в определенной области.

Практическая значимость диссертационной работы определяет возможность использования полученных автором результатов в той или иной области науки, производства, образования и т.д. При этом повышению иллюстративности практической значимости результатов исследований способствует их цифровое выражение.

Практическая значимость может проявиться в публикациях основных результатов исследования в научных статьях, монографиях, учебниках; в наличии авторских свидетельств (ныне – патентов, прим. автора), актов о внедрении результатов исследования в практику; апробации результатов исследования на научно-практических конференциях и симпозиумах; в использовании научных разработок в учебном процессе высших и средних специальных учебных заведений, в участии в разработке государственных и региональных программ развития той или иной отрасли народного хозяйства; использовании результатов исследования при подготовке новых нормативных и методических документов и т.д..

Эффективность исследования – соразмерность использованных ресурсов на проведение исследования и полученных результатов

Реализация. После завершения программы исследования должны быть разработаны управленческие решения по внедрению результатов исследования, если это не являлось целью исследования. Эти решения могут иметь следующий вид:

- приказ;
- программа изменений;
- план действий или план нововведений.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программы, проекты и распределение ресурсов организации.
2. Процесс выбора стратегии.
3. Процесс планирования в корпорации.
4. Разработка и доводка стратегии.
5. Регулирование деятельности естественных монополий. Недопущение появления новых монополистов.
6. Роль стратегического планирования в развитии туристского бизнеса;
7. Система планов.
8. Ситуационное планирование и иллюстративный план.

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

3. Цели занятия.

– изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;

– приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;

– овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;

– применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и признаки магистерской диссертации	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2.	Элементы научной работы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Презентация и защита научной работы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

Текст лекции.

Понятие и признаки магистерской диссертации

Магистерская диссертация (лат. исследование, рассуждение) есть самостоятельное научное сочинение, призванное подтвердить высокий академический уровень выпускника, его способность решать сложные практические и теоретические задачи, включая подготовку научных результатов и формулирование элементов научной новизны. Структура магистерской диссертации :

СОДЕРЖАНИЕ

1. Актуальность. Цель. Объект, Предмет. Задачи. Новизна
2. Анализ тенденций развития организаций, комплексов, отраслей и результатов практического использования методологических подходов и методических инструментов
3. Обзор основных положений, теорий, концепций, методологических и методических основ
4. Теоретические, методологические разработки. Результаты опробования. Предложения для дальнейших исследований
5. Разработка новых научных идей, концепций, научных положений, методического аппарата для их реализации, и опробование авторских разработок в практической деятельности
6. Заключение
7. Список использованной литературы
8. Приложение

Диссертация – это конечный результат проделанной магистрантом большой научно-исследовательской работы, свидетельствующий о полученной им квалификации, набранном

опыте работы, умении решать сложные задачи, свободно ориентироваться в научной и технической литературе, умении грамотно излагать свои мысли, а также передавать свои знания коллегам по научному направлению.

Диссертация готовится автором единолично. В ней должна содержаться совокупность новых научных результатов и положений, выдвигаемых для публичной защиты. А также должны быть приведены основные направления дальнейшего решения проблемы. Как научное произведение она должна иметь внутреннее единство и свидетельствовать о личном вкладе ее автора в науку.

Диссертация как научно-квалификационная работа существенно отличается от дипломного проекта. Двумя важнейшими признаками диссертации являются построение гипотез и поиск новой научной идеи. Рассмотрим кратко содержание этих признаков.

Построение гипотезы. Гипотеза вообще – это научное предположение, допущение, истинное значение которого неопределенно. Гипотеза является одним из главных методов развития научного знания, который заключается в выдвижении гипотезы и последующей ее экспериментальной, а подчас и теоретической проверке, которая либо подтверждает гипотезу, и она становится фактом, концепцией, теорией, либо опровергает, и тогда строится новая гипотеза и т.д.

Формулируя гипотезу, Вы строите предположение о том, каким образом Вы намерены достичь поставленной цели исследования. Естественно, гипотеза, начиная от плана-проекта исследования и кончая готовой диссертацией, будет неоднократно уточняться, дополняться или изменяться. Это не должно смущать Вас. Как, например, нередко смущает магистрантов, соискателей, которые заранее свою работу четко не планировали, а в конце, уже на стадии завершения диссертации, имея уже написанные главы, начинают формулировать «аппарат исследования», в том числе гипотезу.

Введение является составной частью магистерской диссертации. Во введении обосновывается выбор темы исследования, раскрываются актуальность темы диссертации, цель и задачи диссертации, объект и предмет исследования, научные результаты, новизна, теоретическая и практическая значимость полученных результатов. Желательно во введении к работе кратко сказать о структурных этапах дальнейшего изложения и обосновать логику его построения.

Основные составляющие введения приведены ниже:

- Актуальность темы.
- Формулирование цели и задач.
- Формулирование научных подходов к исследованию.
- Описание научных результатов.
- Описание новизны.
- Практическая значимость научно-методических положений.

Рассмотрим кратко содержание всех составляющих частей введения.

Актуальность темы диссертации

Тема – это не просто название диссертации. Тема – это намечаемый результат Вашего исследования, направленный на решение конкретной проблемы. Поэтому в первую очередь следует определить проблему, на решение которой Вы собираетесь потратить свои силы и время. Проблема – это неблагоприятное положение в какой-либо области деятельности, т.е. расхождение между ожидаемым и фактическим состоянием дела.

«Проблемой в научной литературе принято считать «разрыв», возникающий в ходе развития познания, или комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес. Другими словами, проблема – это объяснение неполных и односторонних точек зрения с позиции более глубокой и содержательной теории, выдвинутой самим автором исследуемой проблемы. Под проблемой понимается различие между знанием и незнанием об исследуемом феномене, различие между тем, как в настоящее время функционирует исследуемая система и тем, как она должна быть организована в соответствии с повышением уровня знаний и условиями их практического применения в

изменении существования системы в нужном для автора исследования направлении. На наш взгляд, наиболее полно раскрыл содержание проблемы профессор В.И. Самаруха.

По его мнению, «проблема заключается не в констатации того, что «что-то происходит не так», как предполагалось согласно официальным доктринам. Проблема всегда заключается в понимании того, что происходит в рамках изучаемой системы в целом, за счет каких средств поддерживается ее единство, каковы исходные предпосылки ее существования. Только на пути изучения всех взаимосвязей и взаимозависимостей элементов системы можно обнаружить пути устранения причин конфликтов и разбалансированности отдельных звеньев системы».

Формулировка проблемы научного исследования – это, по сути, кристаллизация Вашего замысла. Поэтому правильная постановка проблемы – залог успеха всей работы.

Формулируя проблему исследования, необходимо иметь в виду весь комплекс взаимоувязанных характеристик некоего целого. Сама формулировка проблемы должна нести в себе ответы на поставленные в самом начале исследования вопросы, ради разрешения которых и предпринимается научное изучение.

Наиболее важным этапом для уяснения четкости проблемы является определение степени её разработанности, систематизация точек зрения патриархов науки и современных ученых, выявление достижений и «белых пятен» в «поле» исследования поставленной проблемы. Это делается с помощью изучения литературы по проблеме методом «снежного кома», когда из первоначального источника (например, монографии) выделяются все смысловые единицы изучаемой проблемы, далее из второго источника – те же плюс дополнительные, ранее не встречавшиеся, из третьего источника – опять те же, что уже встречались в двух предыдущих плюс дополнительные и т.д. «Поле» смысловых единиц будет в том случае исчерпано, если в изучаемой литературе не будет встречаться ни одной новой единицы. Представить полученную информацию можно либо в хронологическом порядке, либо сгруппировав по выбранным автором основаниям и т.д.

Это первое по ходу изучения и первое по смыслу изучения всей исследовательской программы действие диссертанта, задающего алгоритм всем последующим действиям и определяющее все то, ради чего предпринято диссертационное исследование.

Кратко параметры проблемы можно определить ограничительными вопросами: «Что?», «Где?», «Когда?». В этом случае проблема будет сформулирована таким образом, что позволит диссертанту четко очертить круг исследуемых задач, сопряженных по смыслу с временным и пространственным аспектами. В этом случае проблема не будет выглядеть как название параграфа в учебнике, например: «Виды стратегий предприятий». Само название проблемы должно содержать ее именно проблемное восприятие, требующее развернутого научного исследования, например: «Исследование методов разработки стратегий предприятий и организаций в пореформенный период».

Необходимо заметить, что название проблемы, по сути, должно соответствовать названию самой диссертационной работы.

Если Вы не можете с ходу выбрать и сформулировать тему диссертационной работы, это не должно Вас тревожить. Вполне естественно, что при небольшом опыте научной работы у человека недостает перспективы видения, чувства актуальности, а может быть, и умения кратко и терминологически правильно выразить то, что он смутно чувствует и понимает. Устранить затруднения такого рода поможет научный руководитель. Кроме того, действительны следующие меры:

- целесообразно обратиться к каталогу уже защищенных диссертаций в научной библиотеке или на кафедре;
- стоит обратить внимание на смежные области знания: иногда на стыке двух научных дисциплин, например, экономики и социологии, социологии и философии, можно найти такие темы, которые как бы забыты и той и другой отраслями науки, но имеют определенные исследовательские перспективы;

□ большое значение имеет методологический ракурс рассмотрения проблемы. Порой смена ракурса, новый угол зрения – это уже тема научной разработки;

□ полезным может оказаться просмотр научной периодики, специальных изданий, даже размышления над работами классиков науки, которой Вы занимаетесь. Вообще, чем больше Вы прочтете по своей научной специальности, тем проще Вам будет сориентироваться.

При выборе и формировании темы магистерской диссертации следует учитывать следующие требования:

1. Тема должна быть актуальной, направлена на решение важнейших современных проблем управления.

2. Тема должна быть перспективной, чтобы ее результаты могли быть применены и в настоящем и в будущих исследованиях.

3. Реальность выполнения научно-исследовательской работы по выбранной теме.

4. Тема должна позволить реализовать поиск новых научных идей или качественно новое решение поставленных задач.

Надо отметить, что все диссертации выполняются на актуальную тему, так как в них рассматриваются недостаточно изученные проблемы. Проблема возникает тогда, когда устаревают, например, методы и модели управления организацией, а новые еще не сформированы. И если магистрант выявляет эти несоответствия о предмете исследования, то достаточно логично он может определить актуальность исследования. После определения актуальности темы диссертации, можно переходить к формулированию цели и задач исследования.

Цель и задачи исследования

Цель и задачи исследования образуют логические взаимосвязанные цепочки, в которых каждое звено служит средством удержания других звеньев. Конечная цель исследования может быть названа его общей задачей, а частные задачи, выступающие в качестве средств решения основной, можно назвать промежуточными целями, или целями второго порядка.

Поставленная проблема должна быть отражена в формулировке цели исследования во введении к диссертации. В свою очередь цель определяет тактику исследования – последовательность конкретных шагов (исследовательских задач), посредством которых проблема может быть решена. Вариант решения проблемы, составляющий само содержание диссертации, первоначально кристаллизуется в виде основной гипотезы исследования. Это пробное решение, которое необходимо проверить и доказательно обосновать в тексте диссертации.

Другими словами, характер задачи зависит от содержания цели, а цель, в свою очередь, зависит от четкости формулирования проблемы. Цель предполагает разрешение проблемы исследования, задачи исследования определяют разные подходы к разрешению общей проблемы исследования. Далее формулируются объект и предмет исследования.

Объект и предмет исследования

Объект (научного исследования) – это избранный элемент реальности, который обладает очевидными границами, относительной автономностью существования и как-то проявляет свою отдаленность от окружающей его среды. Объект порождает проблемную ситуацию и избирается для изучения. Предмет (научного исследования) – логическое описание объекта, избирательность которого определена предпочтениями исследователя в выборе точки (мысленного) обзора, аспекта, «среза», отдельных проявлений наблюдаемого сегмента реальности.

Предмет исследования магистерской диссертации – это, как правило, какая-либо целостная составляющая объекта исследования. Так, если объектом исследования является предприятие, то предметами исследования могут быть издержки, прибыль, денежные отношения и иные стороны его деятельности. Каждый предмет исследования, в свою очередь, включает разнообразные аспекты. Так, прибыль предприятия в целом включает аспекты:

сущности прибыли, видов прибыли, распределения прибыли и т.п. Причем каждый аспект предмета исследования может быть самостоятельным предметом исследования.

Объект и предмет исследования как категории научного процесса соотносятся между собой как общее и частное. В объекте выделяется та его часть, которая служит предметом исследования. Именно на него направлено основное внимание магистранта, именно предмет исследования определяет тему диссертационной работы, которая обозначается на титульном листе.

Мастерство в определении предмета традиционно связывается с тем, насколько исследователь приблизился при его идеальном «конструировании», во-первых, к сфере наиболее актуальных динамических состояний объекта (возможность объяснить происхождение и развитие, генезис, проявляющиеся внешне противоречия явления) и, во-вторых, к области существенных связей и элементов, изменение которых оказывает влияние на всю систему организации объекта.

Перейдем далее к рассмотрению содержания «научные результаты, новизна и практическая значимость».

Научные результаты

Согласно пункту 9 Положения ВАК, «Диссертация должна... содержать совокупность новых научных результатов и положений, выдвигаемых автором для публичной защиты... и свидетельствовать о личном вкладе автора в науку».

Ввиду отсутствия соответствующих определений в энциклопедической и справочной литературе, надо определиться с тем, что такое научный результат и чем научные положения отличаются от других научных результатов. Будем исходить из даваемых ниже определений.

Научный результат – это выраженный в том или ином виде фрагмент системы знаний и/или эффект от применения знаний.

В любом научном исследовании одни научные результаты по отношению к другим могут выступать в роли предваряющих (в том числе исходных) и/или вытекающих (в том числе итоговых)[13].

Научные положения – это выраженные в виде четких формулировок теоретические результаты-идеи, имеющие научное объяснение (обоснование), констатирующие свойства предмета исследования и/или указывающие возможности (пути, способы) их применения (реализации).

К наиболее важным видам научных положений относятся объяснения, обоснования, доказательства, выводы, предложения, рекомендации.

Научные положения не исключают других научных результатов

В отличие от научных положений, другие научные результаты обычно носят практическую направленность и представляют собой результаты-объекты научного творчества, являющиеся воплощениями научных результатов-идей, сформулированных в виде научных положений. Такие результаты лежат в широком спектре от «теоретических» до «прагматических» и выражаются в виде результатов методического (методологического) и предметного уровня – научного инструментария (методов, моделей, методик, экспериментальных установок), научных эффектов, результатов экспериментов, устройств, технических и организационных систем и др.

Таким образом, научное положение является частным случаем научных результатов, и в связи с этим в пункте 9 Положения ВАК «совокупность новых научных результатов и положений» должна прочитываться как «совокупность новых научных результатов, в том числе положений».

Другие выдвигаемые для защиты наиболее существенные научные результаты (не являющиеся научными положениями) представляют собой результаты-объекты научного творчества – такие, как метод, методика, модель, формульное соотношение и другие результаты обычно научно-методического характера.

Формулировки наиболее существенных научных положений и других новых научных результатов, выдвигаемых для защиты, рекомендуется получить либо (при заблаговременном формулировании) откорректировать после завершения работы над выводами по всем разделам диссертации. Окончательные формулировки получаются (корректируются) на основе взятых в непосредственном или обобщенном виде тех выводов и их элементов, которые, во-первых, являются ключевыми с точки зрения достижения общей цели диссертационного исследования, во-вторых, потребовали наибольшего научного творчества и наиболее сложного научного обоснования и доказательства, а в-третьих, обладают наибольшей научной актуальностью, новизной и значимостью.

При необходимости и/или целесообразности, результат должен быть охарактеризован понятием, конкретизирующим заслуживающий внимания частный случай полной научной новизны (в терминах «впервые предлагаемый (рассмотренный, обоснованный и т.п.)», «не имеющий аналогов», «раннее не применявшийся», «оригинальный» и т.п.), либо частный случай явно подчеркиваемой частичной научной новизны (в понятиях «усовершенствованный», «модифицированный» и др.).

Следует стремиться к тому, чтобы наиболее существенные научные положения и другие новые научные результаты взаимно дополняли друг друга, поясняя сущность и результаты конкретного диссертационного исследования. Вполне оправдано, если некоторые или даже все наиболее существенные положения, выдвигаемые для защиты, дословно совпадают с выводами по тем или иным разделам диссертации.

Научная новизна

Научная новизна диссертационного исследования – это признак, наличие которого дает автору право на использование понятия "впервые" при характеристике полученных им результатов и проведенного исследования в целом.

Понятие "впервые" означает в науке факт отсутствия подобных результатов до публикации результатов, полученных автором той или иной научной разработки.

Впервые могут проводиться исследования на оригинальные темы, которые ранее не исследовались в той или иной отрасли научного знания. В такой ситуации возможны случаи, когда научная новизна абсолютна и не терпит возражений – такая ситуация имеет место при выполнении исследований впервые в мире, стране; относительно – когда тема является новой для отраслей науки или хозяйства.

Оценка научной новизны исследования означает выявление первенства автора в определении и исследовании той или иной темы диссертационного исследования.

Для оценки научной новизны диссертационного исследования возможно использование некоторых признаков. Для большого числа наук существенным является наличие теоретических положений, которые впервые сформулированы и содержательно обоснованы; методических рекомендаций, которые внедрены в практику и оказывают существенное влияние на достижение новых социально-экономических результатов. Новыми могут быть только те положения диссертационного исследования, которые способствуют дальнейшему развитию науки в целом и отдельных ее направлений.

Многие специалисты относят к признакам новизны выявление, анализ и обобщение новых явлений, тенденций, закономерностей современного развития тех или иных отраслей науки и наличие выводов и рекомендаций, обладающих научной ценностью и практической значимостью для различных сфер деятельности.

Автор вправе претендовать на новизну, если его научные разработки содержат формулировки и обоснования понятий, категорий и их отдельных элементов, углубляющих понимание сущности социально-экономических и политических процессов и явлений, законов и закономерностей развития, механизмов взаимодействия, организации производства и общественных отношений; развитие методологии и методов науки.

Не менее значимы при оценке новизны такие признаки, как разработка и обоснование концепций экономического и политического развития общества, его отдельных элементов и организационно-экономических и социальных структур, обоснование новых или

совершенствование применяемых методов обеспечения управления производственной и непроизводственной сферами деятельности.

Ориентация исследований на разработку и совершенствование методов управления, прогнозирования, планирования; формирование направлений хозяйственного и социального развития позволяет предлагать новые нестандартные решения и механизмы их эффективного использования. Как правило, новые решения достигаются в ходе разработок методов и моделей оптимизации и развития экономических, технических и социальных явлений и процессов при их детальном анализе, классификации и моделировании.

Важной является работа магистранта по поиску новых путей решения социально-экономических задач и проблем, поиску новых методов исследования в различных сферах деятельности.

Элементы новизны должны присутствовать при совершенствовании существующих методов повышения эффективности экономического, технического и социально-политического развития организации.

Практическая значимость

Само определение «практическая значимость» отражает реализацию научной новизны и свидетельствует об оправданности, необходимости выполнения диссертационных исследований, позволяющих что-то создать, улучшить и т.д., т.е. получить определенный эффект, выгоду. Практическая значимость свидетельствует о перспективности использования конечного результата диссертационного исследования в той или иной области, с той или иной целью.

Если результат исследования не материален, то практическая значимость результатов диссертационных исследований способствует расширению знаний и их применению в определенной области.

Практическая значимость диссертационной работы определяет возможность использования полученных автором результатов в той или иной области науки, производства, образования и т.д. При этом повышению иллюстративности практической значимости результатов исследований способствует их цифровое выражение.

Практическая значимость может проявиться в публикациях основных результатов исследования в научных статьях, монографиях, учебниках; в наличии авторских свидетельств (ныне – патентов, прим. автора), актов о внедрении результатов исследования в практику; апробации результатов исследования на научно-практических конференциях и симпозиумах; в использовании научных разработок в учебном процессе высших и средних специальных учебных заведений, в участии в разработке государственных и региональных программ развития той или иной отрасли народного хозяйства; использовании результатов исследования при подготовке новых нормативных и методических документов и т.д..

Научный текст диссертации (основная часть)

Эта часть диссертации представляет собой научно обоснованный и систематизированный магистрантом материал исследований, отвечающий поставленным целям и задачам.

Научный текст диссертации характеризуется логикой изложения, использованием опубликованных материалов, точных сведений и фактов, а также научно обоснованных положений, результатов и выводов.

Предложенные магистрантом новые методологические и методические решения должны быть строго аргументированы (рисунок 4) и критически оценены по сравнению с другими известными научно-практическими положениями. При написании научного текста диссертации необходимо давать ссылки на источники научной, фактографической и другой информации.

Количество глав зависит от характера магистерской диссертации. В диссертации должно быть 3 или 4 главы.

В первой главе обычно приводят результаты научного обзора концепций, методических позиций, научных подходов и взаимосвязей элементов систем. Магистрант описывает кратко содержание этапов развития научных представлений ученых по рассматриваемой проблеме. В процессе научного анализа известных работ магистрант аргументировано описывает достоинства основных научных положений и факторы, влияющие на их развитие.

Первая глава – теоретическая часть диссертационной работы и служит основой для подготовки второй (аналитической) и третьей (практической) глав диссертации.

Вторая глава диссертации, как правило, посвящена анализу статистических, фактографических и других материалов, позволяющих обосновать проблему, аргументировать выводы и необходимость решения поставленных задач. В этой главе анализируется состояние предметной области. Аргументируется необходимость обновления, развития существующей практики решения поставленных задач, использования методики и технологии для их решения.

В третьей главе приводятся разработанные магистрантом алгоритмы, методические инструменты, позволяющие решить поставленные задачи и достичь цели диссертационного исследования. Обосновывают внедрение в практику моделей и методических инструментов, позволяющих увеличить социально-экономическую выгоду.

Между 1, 2 и 3 главами должна быть органическая внутренняя связь, материал внутри глав должен излагаться в логической последовательности. Каждая глава заканчивается краткими выводами. Выводы можно представить, как итоговый синтез полученных результатов исследования. Выводы должны быть краткими, с конкретными данными о наиболее существенных результатах.

Заключение

В заключении приводятся результаты достижения поставленной цели и решения задач диссертационного исследования.

Заключение включает в себя обобщение информации, изложенной в основной части магистерской диссертации, разработанные автором научные положения, выводы, рекомендации. Последовательность изложения определяется логикой построения диссертационного исследования.

В заключении раскрываются основные аспекты практического опробования разработанных научно-методологических и методических положений, а также приводятся основные направления и рекомендации дальнейшего развития данной темы в соответствующей научной области.

Список использованной литературы

После заключения приводится список использованной литературы – это перечень литературных источников, использованных автором в ходе работы над темой.

Каждый включенный в такой список литературный источник необходимо отразить в рукописи диссертации. При ссылке на какие-то факты, взятые из работ других авторов, следует обязательно указать в подстрочной сноске, откуда взяты приведенные материалы. Не стоит включать в библиографический список те источники, на которые нет ссылок в тексте диссертации и которые Вы не использовали, а также энциклопедии, справочники, научно-популярные книги, газеты. Если есть необходимость в использовании таких изданий, то следует привести их в подстрочных ссылках. Приведем пример оформления списка литературы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации. – М.: Прогресс, 1985.
2. Ансофф И. Стратегическое управление. – М.: Экономика, 1989. – 520 с.
3. Баронов В. В. и др. Автоматизация управления предприятием – М.: Инфра, 2000. – 238 с.
4. Бенвенисте Г. Овладение политикой планирования. – М.: Прогресс, 1990. – 304 с.
Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

Перед началом работы над обобщением результатов исследования и в процессе подготовки отчета необходимо придерживаться научного стиля изложения материала.

Одной из важных особенностей научного исследования является соответствие текста работы научному стилю. Научный текст - это разновидность текста, написанного на общелитературном языке, обладающая грамматическими, лексическими, структурно-смысловыми и логико-композиционными особенностями. В научном тексте иначе, чем в тексте деловом, публицистическом или художественном, используются функциональные типы речи (описание, повествование, рассуждение, доказательство и др.). Здесь иной набор общеязыковых и собственно текстовых средств, активно используются такие приемы мышления, как аналогия и гипотеза; композиция такого текста, как правило, задана логикой научного доказательства (выдвижение версии, рабочей гипотезы, дедуктивные или индуктивные способы мышления, обоснование гипотезы, доведение ее до уровня достоверного теоретического знания и т. д.).

Язык и стиль научного текста

Наиболее характерной особенностью языка научной речи является формально-логический способ изложения материала. Это находит свое выражение во всей системе речевых средств. Научное изложение состоит главным образом из рассуждений, целью которых является доказательство истин, выявленных в результате исследования фактов действительности. Для научного текста характерна смысловая законченность, целостность и связность. Важнейшим средством выражения логических связей являются здесь специальные функционально-синтаксические средства связи, которые могут указывать на последовательность развития мысли, причинно-следственные или противоречивые отношения между высказанными суждениями, а также на переход от одной мысли к другой.

Основными качествами, определяющими культуру научной речи, являются точность, ясность и краткость.

Смысловая точность – одно из главных условий, обеспечивающих научную и практическую ценность заключенной в тексте информации. Научный текст характеризуется тем, что в него включаются только точные, полученные в результате длительных наблюдений и научных экспериментов сведения и факты. Это обуславливает и точность их словесного выражения, а, следовательно, использование специальной терминологии. Благодаря специальным терминам достигается возможность в краткой и экономной форме давать развернутые определения и характеристики научных фактов, понятий, процессов, явлений. Каждая наука имеет свою, присущую только ей терминологическую систему.

Другое необходимое качество научной речи – ее ясность. Ясность – это умение писать доступно и доходчиво. Причиной неясности высказывания может стать неправильный порядок слов во фразе, использование вместо точных количественных значений слов и словосочетаний с неопределенным или слишком обобщенным значением, неправильное использование терминологии и т.д.

Краткость – третье необходимое и обязательное качество научной речи, более всего определяющее ее культуру. Реализация этого качества означает умение избежать ненужных повторов, излишней детализации и словесного мусора.

У письменной научной речи имеются и чисто стилистические особенности. Объективность изложения – основная стилевая черта такой речи, которая вытекает из специфики научного познания, стремящегося установить научную истину. Отсюда наличие в тексте научных работ вводных слов и словосочетаний, указывающих на степень достоверности сообщения. Благодаря таким словам тот или иной факт можно представить как вполне достоверный (конечно, разумеется, действительно), как предполагаемый (видимо, надо полагать), как возможный (возможно, вероятно). Обязательным условием объективности изложения материала является также указание на то, каков источник сообщения, кем высказана та или иная мысль, кому конкретно принадлежит то или иное выражение.

Особенностью языка научной прозы является отсутствие экспрессии. Отсюда доминирующая форма оценки – констатация признаков, присущих определяемому слову (констатирующая форма изложения).

Стиль письменной научной речи – это безличный монолог. Поэтому изложение обычно ведется от третьего лица, так как внимание сосредоточено на содержании и логической последовательности сообщения, а не на субъекте. Сравнительно редко употребляется форма первого и совершенно не употребляется форма второго лица местоимений единственного числа. Авторское «я» как бы отступает на второй план.

Этапы подготовки научного текста

Подготовка научного текста состоит из следующих этапов:

А) Формирование замысла и подготовка предварительного плана произведения, когда необходимо

- определиться, на кого будет рассчитан текст (популярная статья или курсовая работа),
- придумать заголовков,
- решить, какие материалы включить и с какой степенью детализации.

Б) Отбор и подготовка материала

- из всего наработанного материала отобрать тот, который бы раскрыл тему, поставленную цель и задачи;

- чтобы включить в текст наработанные материалы, их надо к этому подготовить, а именно - представить в виде таблиц, графиков, диаграмм;

- если не используется компьютер, все отобранные материалы необходимо написать на одной стороне листа, чтобы можно было делать перестановки, компоновать текст с помощью ножниц и клея.

- подобрать, цитаты, интересные сравнения (их лучше записывать на отдельные карточки), иллюстрации.

В) Группировка и систематизация материала

Идея структуры возникает уже на первом этапе, но окончательного плана еще нет. Идет компоновка в разделы, подразделы, пункты; устанавливается логическая последовательность. Причем, чтобы выбрать оптимальный вариант, надо выстроить несколько вариантов текста, последовательности расположения материалов, вот почему удобно пользоваться односторонними листами по каждому фрагменту. Вместе с тем необходимо помнить, что лучшее – враг хорошего, совершенствоваться можно до бесконечности.

В процессе группировки можно реально “увидеть” каждый раздел, подраздел, его объем, его заголовков, подзаголовков и т.д.

Выбрав окончательный вариант текста, все это склеивается, компонуется в определенной последовательности. То, что получилось - это уже подобие рукописи.

Остается «причесать» этот текст. Связать отдельные фрагменты логическими мостиками, чтобы все связать в единое целое. Текст должен читаться «на одном дыхании».

Г) Обработка рукописи

Как правило, научный текст имеет такую структуру: заголовок, введение, основная часть, заключение. Для рефератов, курсовой, дипломной работы принята следующая структура:

- титульный лист,
- содержание,
- введение,
- основная часть, разбитая на разделы, подразделы, пункты,
- заключение,
- список использованной литературы,
- приложения.

При отборе тех или иных методов социально-экономического исследования необходимо иметь в виду, что массовость опроса не является гарантией достоверности и надёжности результатов. Гораздо эффективнее использовать более точный инструментарий, требующий

квалифицированной работы интервьюеров, статистиков, вычислителей и аналитиков, нежели проводить многотысячные опросы, которые в силу профессиональной слабости не могут дать новой информации о состоянии общественного мнения.

Методы анализа материала в социологических исследованиях в принципе не отличаются от принятых в статистике. Предварительным условием надёжности сложных видов анализа является получение общей картины простых распределений ответов на заданные вопросы, группировки по наиболее важным признакам, вычисление средних величин и анализ отклонений от средних в ту или другую сторону. При изучении силы влияния тех или иных факторов на изучаемые процессы необходимо различать факторы общего характера, в равной мере действующие на всю совокупность обследуемых объектов, и факторы специфические.

Собранная информация в процессе научного исследования подвергается тщательной обработке. Обработке подлежит весь собранный материал от первой до последней страницы, - это и есть первичная сплошная обработка материала. Она должна предшествовать написанию текста. С ее помощью можно представить общую картину всей работы, создавая тем самым благоприятные условия для написания текста на высоком научном уровне.

Этот важный этап научно-исследовательской работы состоит из нескольких стадий:

- 1) систематизация материала;
- 2) оценка пригодности информации;
- 3) проверка достоверности и значимости информации;
- 4) сопоставление информации;
- 5) построение предварительных и окончательных выводов.

Сначала следует систематизировать собранную информацию, то есть упорядочить разрозненные факты, создать их стройную систему согласно цели исследования. Методическими приемами систематизации является классификация и типология. Классификация - это группирование фактов в совокупности по количественным признакам, а типология - по качественным признакам. В процессе сбора информации тоже следует постоянно осуществлять ее систематизацию, то есть всегда перечитывать и раскладывать материал в соответствии с планом разработки темы. При этом по мере поступления информации, она должна находить свое место в определенном параграфе работы.

Первичная информация экономического характера после сплошной обработки подлежит статистической или вторичной обработке. Сущность этой обработки заключается в составлении таблиц, рядов, схем, графиков (кривых, диаграмм, картограмм), расчета средних и относительных величин, показателей вариации и дисперсии, корреляционных связей при факторном анализе. Таким образом, создается новая информация.

Вся собранная и систематизированная информация должна проверяться на ее достоверность и значимость. Оценка достоверности информации - особенно ответственная стадия ее обработки, которая требует высокой квалификации исследователя. Одним из способов определения достоверности собранной информации является ее математическая оценка, которая может ограничиваться выборочной проверкой ответственных элементов - методик, формул, логических рассуждений. Всю недостаточно достоверную информацию следует изъять.

Основным методом построения научных выводов в процессе обработки информации является сопоставление данных. Для получения достоверных научных выводов следует максимально сосредотачиваться на исследуемой теме и привлекать максимальное количество фактов и идей, быть любознательным и заинтересованным, эффективно использовать результаты коллективного обсуждения собранной информации.

В конце исследователь на основании предварительных выводов, которые часто значительно расширяют источники информации или, наоборот, отсекают ненужные данные, подводит итог работы и формулирует окончательные выводы. Их рекомендуется формулировать тщательно, точно, не перегружая обоснование цифровыми данными. Окончательные выводы должны быть краткими и содержательными. С их помощью читатель должен легко оценить работу, исследователь - еще раз ее проверить.

Таблично-графические методы представления результатов исследования

Значительное место в научном обобщении фактов, выяснении закономерностей, систематизации влияния разного рода факторов отводится таблично-графическим методам. Эти методы существенно повышают эффективность работы как с фактическим материалом, так и теоретическими схемами. К ним относятся таблицы, графики и их виды, формулы.

Сущность табличного метода состоит в систематизации и наглядном представлении текстовой и цифровой информации, полученной вследствие сбора данных, группирования, проведения анализа, синтеза новых показателей, прогнозирования развития событий и моделирования ситуации, в виде таблиц.

Таблица - это форма рационального изложения информации. Макет таблицы - это определенным образом структурированная система строк и столбцов, предназначенная для информационного наполнения.

Каждая таблица должна иметь название, которое размещают над таблицей, и печатают симметрично к тексту. Название и слово "Таблица" пишется с прописной буквы.

Результаты исследования, если это возможно, нужно приводить кроме таблиц, в виде графиков, диаграмм или математических зависимостей.

Таблицы, графики и диаграммы должны быть пронумерованы, иметь названия и объяснение к обозначениям.

Порядковый номер таблицы дает возможность ссылаться на нее в тексте. Если таблица лишь одна, ее не нумеруют.

Таблицу размещают после первого упоминания о ней в тексте, таким образом, чтобы ее можно было читать без поворота листа или с поворотом по часовой стрелке.

Таблицу с большим количеством строк можно переносить на следующий лист (страницу). В этом случае название таблицы не повторяют. Таблицу с большим количеством граф можно делить на части и размещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяют ее головку (шапку), а во втором - боковик.

Многовековой опыт работы научных работников и практиков представлением информации в табличной форме сформировал определенные требования к составлению таблиц. К ним относятся:

1) размер таблицы должен быть оптимальным - слишком малая таблица будет недостаточно информативной, а большая - перегруженной данными, которые сложно анализировать;

2) все элементы таблиц - название, боковик и заголовки граф должны иметь четкие определения, трактуемые однозначно;

3) строки боковика и колонки граф должны располагаться по принципу "от общего - к частичному";

4) для облегчения работы с информацией необходимо нумеровать строки боковика и колонки граф;

5) следует использовать лишь общепризнанные (стандартные) сокращения и условные обозначения;

6) округление числовых значений по всей таблице или в пределах столбцов должны проводиться с одной степенью точности;

7) расчетные данные и показатели, полученные с использованием определенной исходной информации, обязательно отмечаются отдельно;

8) информацию о первоисточниках, на сведениях из которых построена таблица, специфику расчетов отдельных показателей, предельные коэффициенты и ограничения и т.п. располагают в примечаниях;

9) не допускается наличие в таблице незаполненных клеток;

10) названия показателей должны писаться полностью с указанием единиц измерения;

11) нужно избегать размещения в таблице разнородных показателей, в ином случае необходимо делать специальные указания на них в названиях или ссылках.

Графический метод предполагает проведение систематизации и наглядное представление информации, полученной вследствие сбора данных, группирования, проведения анализа, синтеза новых показателей, прогнозирования развития событий и моделирования ситуации, в виде графиков, диаграмм, картограмм, картодиаграмм, логических схем.

Их применение в любых исследованиях дает возможность на качественно новом уровне систематизировать накопленную информацию, лучше понять взаимосвязи, присущие предмету или явлению, улучшить возможности аналитического рассмотрения.

График - это наглядное представление количественной информации с помощью геометрических линий и фигур. Составными элементами любого графика являются: графический образ; поле графика; пространственные ориентиры; ориентиры масштаба; экспликация.

Графический образ - это основа графика. Графический образ может быть точечным, линейным, столбиковым, полосным, квадратным, круговым и фигурным (в форме рисунков или силуэтов).

Поле графика - это пространство, в котором расположены графические образы. Пространственные ориентиры - система координат или другая система символов, которая указывает на места размещения и соотношения графических образов на поле графика. Наиболее распространенные пространственные ориентиры в виде двухмерной (Декартовой) системы координат.

Результаты эксперимента откладываются на графике в виде точек, по которым проводится кривая усреднения.

Ориентиры масштаба - это шкала делений координатных осей. Экспликация - пояснения к рисунку («легенда»).

При использовании формул объяснения значений символов и числовых коэффициентов необходимо давать непосредственно под формулой и в такой последовательности, как они приведены в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента нужно давать с красной строки. Первую строку объяснения начинают со слова «где» без двоеточия.

Выше и ниже каждой таблицы, графика (рисунка) и формулы нужно оставить не меньше одного свободной строки. Каждая таблица, каждый рисунок должны быть обсуждены, проанализированы, что именно иллюстрируют приведенные данные.

Структура отчета научного исследования

Структура отчета о научно-исследовательской работе имеет такой вид:

1. Вступительная часть.
2. Основная часть.
3. Приложения.

Вступительная часть содержит следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- список авторов;
- содержание;
- перечень условных обозначений, символов, сокращений и терминов.

Основная часть отчета содержит следующие структурные элементы:

- введение;
- суть отчета, основное исследование;
- выводы;
- рекомендации;
- перечень литературы.

Во введении кратко характеризуют современное состояние исследуемой научной проблемы, а также цель, актуальность данной работы, ее взаимосвязь с другими работами.

Суть отчета - это изложение сведений об объекте исследования, которые являются необходимыми и достаточными для раскрытия сущности данной научно-исследовательской работы и ее результатов. Как правило, основная часть состоит из трех частей: теоретической

(в ней осуществляется обзор теории относительно изучаемой темы); аналитической (в ней проводится анализ вопросов темы исследования на практическом примере предприятия, организации), обобщающей (в ней содержатся предложения относительно достижения основной цели исследования, которая определена в теме).

Выводы и предложения содержат краткое и логично-последовательное изложение результатов исследования. Здесь приводят оценку полученных результатов работы (негативных), возможные области их использования, хозяйственную, научную, социальную значимость работы.

Список использованной литературы излагается на языке, на котором опубликован источник в алфавитном порядке по первым буквам фамилий авторов или названий книг. Библиографическое описание источника приводят согласно действующих стандартов по библиотечному и издательскому делу.

Заключительным этапом оформления научного отчета является составление перечня использованных при исследовании литературных источников. Этот перечень оформляется на отдельной странице и имеет тематический заголовок: "Список использованной литературы".

Литературные источники в списке располагают в алфавитном порядке фамилий авторов и первых слов заголовка произведения. Авторы с одинаковой фамилией располагают по алфавиту их инициалов, а работы одного автора располагают по алфавиту первых слов заголовка.

Фамилии отечественных авторов, которые публиковались на иностранном языке, а также фамилии иностранных авторов, опубликованные на русском языке, указываются в тексте на языке издания.

Первоначально в списке подают описание законодательных и нормативных источников, докладов руководителей государства.

В приложениях располагают материал, который:

- является необходимым для полноты отчета;
- содержит дополнительные иллюстрации и таблицы;
- не может быть последовательно размещен в основной части отчета из-за большого объема или способа представления;
- может быть изъят для широкого круга читателей, но является необходимым для специалистов данной отрасли.

Приложения оформляются как продолжение отчета. Каждое приложение начинается с новой страницы, помещая посередине страницы слова "Приложение" и большую букву русского алфавита, обозначающая приложение. Каждое приложение должно иметь название (заголовок).

Критерии эффективности научных исследований

Критерием эффективности научных исследований является научная значимость выполненной работы. Поскольку результаты теоретических исследований дают знания, которые можно использовать позже, то принимают во внимание количество новых научных принципов, которые используются, законов, гипотез, идей, концепций, теорий, наличие экспериментального подтверждения научного результата, цитирование этой работы, научное направление, к которому относится работа.

Критерием эффективности научно-исследовательских работ является и объем научной продукции, который измеряется общим количеством или средним числом публикаций, приходящихся на одного научного сотрудника за исследуемый отрезок времени, выполненных и защищенных диссертационных работ, завершенных тем или сданных отчетов и т.п.

Выделяют такие виды эффективности научно-исследовательских работ: экономическая, научно-техническая, социальная.

Единственным критерием экономической эффективности результатов научно-исследовательских работ в сфере производства и непромышленной сфере является экономия общественных расходов, выраженных приростом экономического эффекта на

единицу полезной работы (рост прибыли, снижение себестоимости) в связи с использованием новой технологии, организации производства и других результатов исследования.

Научно-техническая эффективность отражает прирост новых научных знаний, предназначенных для дальнейшего развития науки и техники.

Социальная эффективность. Социальный эффект оценивается преимущественно качественными показателями, которые характеризуют улучшение жизненных факторов людей, развитие здравоохранения и культуры, науки и образования, улучшение экологических условий и др.

Презентация результатов научных исследований

Дословно «презентация» означает «представление».

Основные цели презентации заключаются в следующем:

1. Оповещение о событии, достойном внимания аудитории.
2. Вовлечение аудитории в деятельность, программу, которые служат целям и задачам организации или структуры, проводящей презентацию.
3. Содействие целям и задачам организации, педагогического исследования или эксперимента и т. п.
4. Инициирование конкретных действий целевой аудитории, соответствующих идеям презентации, замыслу обращения.

Все презентации имеют общее - конечную цель, коммуникацию, дистилляцию и творческий процесс, посредством которого тема презентации развивается и реализуется. Научные презентации отличаются по отношению к конкретной ситуации, мотивации или же необходимости, вызвавшей проведение презентации; презентатору; теме; аудитории; внешней среде и окружающим; временным рамкам; степени эффективности; конечному итогу.

Определяя тип презентации, презентатору становится легче оценить: какую именно первичную информацию следует изучить и до какой степени; какие приемы наиболее приемлемы для проведения презентации и каким способом их нужно использовать; как следует построить содержание и стиль презентации.

По доминирующим характеристикам выделяют презентации продвигающие, информационные; нисходящие и восходящие.

Наиболее часто используемым видом презентации научных исследований является мультимедийная презентация.

Мультимедиа (от лат. *multum* и *medium*) - одновременное использование различных форм представления информации и ее обработки в едином объекте-контейнере. Например, в одном объекте-контейнере (англ. *container*) может содержаться текстовая, графическая, аудио- и видеoinформация, а также возможен способ интерактивного взаимодействия с ней.

Мультимедийная презентация - это программный продукт, который может содержать текстовые материалы, видео- и аудиоматериалы, компьютерную графику и анимацию, тексты, таблицы и фотографии, звуковое оформление и дикторское сопровождение, трехмерную графику. Основным отличием презентаций от остальных способов представления информации является их особая насыщенность содержанием и интерактивность, т.е. способность определенным образом изменяться и реагировать на действия пользователя. При наличии доступа к сети Интернет во время просмотра презентации одним щелчком мыши можно получить информацию с сайта. Вариант презентации может быть размещен в сети Интернет.

Мультимедиа в онлайн-режиме может быть либо скачана на компьютер пользователя и воспроизведена каким-либо образом, либо воспроизведена напрямую из Интернета при помощи технологий потоковой передачи данных. Мультимедиа, воспроизводимая при помощи технологий потоковой передачи данных, может осуществляться в прямой трансляции.

Flash-презентации - один из самых популярных форматов мультимедиа презентаций. Flash-презентации можно размещать непосредственно на сайте, делать их интерактивными, использовать в них 3D-анимацию, звук и т.д. Стоимость разработки Flash презентации сопоставима с мультимедийной презентацией, но выгодно отличается от нее легкостью и возможностью быть представленной в сети Интернет.

Известно, что человек большую часть информации воспринимает органами зрения (~80%) и органами слуха (~15%). Мультимедийные технологии позволяют воздействовать одновременно на эти важнейшие органы чувств человека. Сопровождая динамический визуальный ряд (слайд-шоу, анимацию, видео) звуком, мы можем рассчитывать на большее внимание со стороны человека.

В отличие от видео, мультимедиа технологии позволяют управлять потоком информации, т.е. могут быть интерактивны. Мультимедиа презентации дают прямой доступ к информации. Пользователь может сразу видеть все содержание и переходить к тому, что его заинтересовало.

В отличие от других видов представления информации, мультимедиа презентации могут содержать десятки тысяч страниц текста и тысячи рисунков и фотографий, несколько часов видео- и аудиозаписей, анимацию и трехмерную графику, при этом обеспечивая низкую стоимость тиражирования и длительный срок хранения.

Для презентаций результатов исследования широко применяются:

- мини-презентация, которая позволяет удовлетворить минимальные потребности эффектно презентовать возможности использования результатов исследования. Она интерактивна, но при этом содержит минимум использованных технологий и небольшое количество экранов;

- электронный доклад - это мультимедиаподдержка для докладчика, анимационные графики и диаграммы, наглядное представление таблиц и схем, слайд-шоу обеспечат наглядность информации для аудитории. Заданная программа доклада не даст докладчику сбиться.

Эти виды презентаций могут использоваться в одном программном продукте в любых сочетаниях. Мультимедиа презентация может совмещать в себе функции справочника, буклета, каталога, проспекта, включает видео- и аудиоматериалы.

Главные достоинства мультимедиа презентаций:

- структурирование информации;
- точные креативные решения;
- интуитивно понятный интерфейс;
- интеграция с веб-сайтом.

Технологии создания мультимедиа презентаций могут быть разными, все зависит от конкретной задачи, целей, планируемых способов ее использования.

В разработку презентации входят: концепция, разработка дизайна, интерфейса, программы, набор текста, верстка. Объем информации ограничен видом носителя.

Для эффективности презентации важен не только стильный дизайн, но и четкая коммуникативная стратегия и концепция презентации.

Прежде всего, необходимо определиться с целями проведения и типом презентации. Этап планирования начинается с осмысления творческого замысла. Важно найти режиссерский ход, который обеспечит успех презентации, заставит задуматься и над рядом других вопросов.

Презентация, достигающая поставленных целей, создается для конкретной аудитории с учетом конкретной ситуации использования и ориентирована на достижение конкретного результата. Исходя из этого формулируются ключевые идеи, прорабатывается логика и основные аргументы, подбирается необходимая информация.

Конечный результат презентации – это не эстетическое наслаждение от ее созерцания. Это вполне конкретные решения и действия конкретных людей.

Содержание материала разбивается на несколько разделов, дробится на несколько проблем. Каждая должна быть представлена максимально убедительно и понятно, преподнесение содержания не должно утомлять.

Специалисты сформулировали несколько ключевых моментов, о которых всегда следует помнить, проводя презентацию:

1. Обычно люди запоминают не более 10% содержания, излагаемого на презентации. Поэтому надо использовать максимум выразительных средств для закрепления предлагаемой информации.

2. Общая атмосфера презентации - самое главное условие успеха. Самые талантливые усилия ведущих могут быть сведены на нет неправильным поведением второстепенных участников события.

3. Презентация - это прежде всего коммуникация. Заботиться об ее эффективности, многообразии - значит обеспечить успех.

4. Гости презентации - не просто слушатели, а активные участники общения. Необходимо создать перспективу взаимного сотрудничества вокруг презентуемых идей.

Критерии оценки презентации: содержательность, логичность изложения, структурность представленного материала, соответствие содержания теме, информативность таблиц, схем, эстетичность оформления.

Но какие бы приемы ни использовались, главные правила остаются неизменными - чем тщательнее подготовка к презентации, тем больше вероятность успеха; чем короче и проще визуальный материал, тем убедительнее покажутся слушателям идеи выступающего.

Методика подготовки доклада и устного выступления с результатами научного исследования

Доклад о проведенных исследованиях – это публичное выступление, в котором кратко излагаются основное содержание, главные идеи и выводы по проделанной работе, показаны вклад автора в проведенное исследование, степень новизны и практическая значимость полученных результатов.

Основное назначение доклада – дать информацию научной общественности о полученных автором научных результатах.

По приводимым в докладе сведениям судят о глубине исследований и о научной квалификации докладчика. Наглядные материалы необходимо демонстрировать аудитории, а не самому себе. Необходимо делать паузу в выступлении, если аудитория занята рассматриванием наглядных материалов.

Структура доклада

В первой части необходимо:

- 1) обосновать актуальность темы исследования и ее значимость для науки и практики
- 2) определить предмет и объект исследования
- 3) указать проблему (гипотезу), цель, задачи исследования
- 4) сформулировать методологическую базу исследований и перечислить использованные методы (методики)
- 5) обосновать достоверность полученных результатов
- 6) указать научную новизну, теоретическую и практическую значимость работы (иллюстрируются с помощью плакатов или слайдов)

Во второй части следует осветить основное содержание работы в соответствии с ее структурой и привести заключение.

Исследование, представленное в данной работе, позволило сделать следующие выводы:

- изучены...
- классифицированы...
- представлены...
- разработаны..
- апробированы..

Третья часть должна состоять из краткого библиографического описания публикаций автора по теме выполненного исследования.

Время доклада

Время доклада всегда ограничено. Ниже представлен рекомендованный регламент выступлений с определенными видами исследований:

- Защита докторской диссертации – 20 мин
- Защита кандидатской диссертации – 15 мин
- Защита ВКР – 8-10 мин
- Доклад на конференции – 5-8 мин
- Доклад на семинаре – 3-5 мин

Выступление также ограничено по времени. Большинство специалистов рекомендуют придерживаться следующего хронометража:

1) Вступление – 2-3 минуты. Обозначаются на слайдах – тема, актуальность, цель, (редко задачи), проблема или гипотеза исследования, положения, выносимые на защиту.

2) Методы исследования – 1-2 минуты, а еще лучше просто проиллюстрировать методы плакатом или слайдом и сказать о них лишь несколько слов («Выбор и обоснование методов исследования приведены на ...»)

3) Результаты исследования – 12-13 минут

4) Заключение – 1-2 минуты

Говоря о себе, в докладе принято употреблять множественное число: «Мы провели исследование, мы получили данные и т.д.» Этим подчеркивается Ваша скромность, а также то, что Вы цените оказываемую Вам помощь, которую Вы наверняка получили от своих преподавателей, руководителей, консультантов, старших (а значит, более опытных) коллег

Рекомендации для выступления:

1. Речь должна быть спокойной, неторопливой, ясной, точной и уверенной, что позволит сделать ее убедительной и понятной слушателям, при этом надо помнить, что торопливость, «проглатывание» окончаний слов значительно снижает впечатление от выступления

2. Доклад не должен быть упрощенным, в нем должна сочетаться научная строгость аргументирования с пониманием широкой аудиторией специалистов рассматриваемых вопросов

3. Необходимо четко соблюдать нормы литературного произношения, в частности правила применения ударений в словах и словосочетаниях, особенно сложных для восприятия

4. Следует во время доклада повторять существительные, избегая местоимения

5. Желательно использовать четкие и короткие утвердительные предложения

6. Не следует перегружать доклад сложноподчиненными предложениями.

Вопросы после выступления

Вопросы — это возможность узнать мнение специалистов и более широкой аудитории о вашей работе. Ниже приведены рекомендации при ответе на вопросы аудитории по научной работе.

1) не надо забывать про зрительный контакт с людьми, которые задают вопросы.

2) необходимо повторить вопрос теми же словами так, чтобы каждый мог его услышать (часто регулировка микрофонов на сцене и в зале разная, и другие слушатели могут не понять или не расслышать вопроса). Это также даст дополнительное время, чтобы лучше понять смысл сказанного.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Какие предъявляются требования к оформлению титульного листа согласно ГОСТу?
2. Какой показатель является официальным численным показателем, созданным для определения справедливой оценки деятельности ученых, научных коллегий, сообществ и организаций, занимающихся научной деятельностью?
3. В каких изданиях нет возможности рассчитать импакт фактор?
4. Дайте определение научному тексту:
5. Какие данные должны быть размещены на титульном листе?

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оформление научных результатов, научных исследований	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Наукометрические показатели, индикаторы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

Текст лекции.

Большое значение в современных условиях научной деятельности имеет оформление библиографических списков в соответствии со стандартами. Сейчас в России действует более 50 национальных стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу в рамках единой системы СИБИД.

Современная система стандартов в области библиотечно-информационной деятельности представлена тремя группами.

Значительную часть всех существующих в библиотечно-информационной сфере стандартов составляют стандарты, унифицирующие общие понятия и определение терминов, применяемых библиотечно-информационной деятельности.

К настоящему времени терминологической стандартизацией охвачены: информационно-библиотечная деятельность в целом, библиография, библиографоведение, поиск и распространение информации, информационно-поисковые языки, каталогизация, комплектование фонда, электронные издания.

Другую группу составляют технологические стандарты, унифицирующие следующие библиотечно-информационные и издательские процессы:

- библиографическое описание документов в целом, а также отдельных видов документов;
- реферирование и аннотирование документов;
- формирование карточек для каталогов и картотек;
- оформление отдельных видов документов;
- хранение и консервация различных видов документов;
- ведение рубрикаторов;
- обмен библиографическими данными.

Третья группа – стандарты, регулирующие учет работы библиотечно-информационных служб – учет работы с фондом, абонентами и читателями.

В настоящее время национальные стандарты России стремятся приблизиться к международным стандартам, как по содержанию, так и о процедуре принятия.

Помимо национальных стандартов, библиотеки и информационные службы могут самостоятельно разрабатывать комплекс внутренних стандартов по осуществлению обслуживания.

Роль технических регламентов и национальных стандартов в правовом регулировании организационно-экономических и управленческих процессов, инновационном развитии библиотечно-информационной сферы в современных условиях должна возрастать и совершенствоваться.

Основные стандарты, используемых при составлении и редактировании библиографических списков для научных работ:

- ГОСТ 7.1-2008 Библиографическая запись. Библиографическое описание.
- ГОСТ 7.32-2001. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления.
- ГОСТ Р 53620–2009 «Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Электронные образовательные ресурсы. Общие положения».
- ГОСТ Р 7.0.83–2012 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения».
- ГОСТ 7.60–2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения».
- ГОСТ Р 7.0.83–2012 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения».

Оформление титульного листа работы

Титульный лист – это первая страница работы, которая предваряет ее содержание. Оформляются титульные листы согласно ГОСТ 7.32-2001. «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления».

Существуют определенные правила оформления титульных листов, единые для всех учебных заведений. Любой «титульный лист» должен содержать следующие сведения:

- полное название учебного заведения;
- название кафедры;
- наименование учебной дисциплины;
- тему работы;
- Ф.И.О. автора работы;
- номер курса либо класса;
- тип формы обучения (дневная, заочная, вечерняя);
- порядковый номер группы;
- Ф.И.О. преподавателя с указанием его должности;
- населенный пункт;

- год написания работы.

Порядок действий по оформлению титульного листа

Процесс оформления выглядит примерно так:

1. Прописными буквами печатается сверху страницы название вуза со всеми «шапками». Выделяется жирным шрифтом, выравнивание по центру (шрифт Times New Roman, интервал одинарный).
2. Указывается тип студенческой работы (курсовая, дипломная, контрольная, реферат и т.д.).
3. Тема работы.
4. Далее указывается автор и преподаватель (как правило, используя слова «выполнил» и «проверил»).
5. В самом низу прописывается город, в котором находится учебное заведение, и текущий год.
6. Выставляются размеры полей титульного листа (размер полей для титульного листа: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм).

Литературный обзор

Литературный обзор – часть исследования, в которой автор знакомит читателей с контекстом своего исследования и/или его теоретической основой. Важно, чтобы в литературном обзоре была рассмотрена соответствующая теме исследования литература и обоснован выбор именно этой литературы.

Литературный обзор может включаться во введение или выделяться как самостоятельная глава. Как правило, если литературный обзор становится частью введения, то он не превышает трёх тысяч знаков и описывает лишь ключевые работы, являющиеся теоретической рамкой исследования. Посмотрите на этот пример. Это литературный обзор из бакалаврской дипломной работы по культурологии. В нём автор описывает две статьи, в которых содержатся противоположные точки зрения на проблему, рассматриваемую в исследовании. Автор не пытается подробно пересказать эти статьи, потому что включает литобзор во введение.

Словесно-буквенных ограничений литературный обзор не имеет, но, как правило, занимает приблизительно 20-30% от всего объема готовой работы.

Общие рекомендации по написанию литературного обзора:

1. Обязательным условием должно быть написание вступления с плавным переходом на тему обзора.
2. Визуально выделите основную часть (красной строкой, жирным начертанием), а также представьте информацию, к примеру, в форме публикации.
3. Обязательно необходим вывод, в котором вы лишней раз вернетесь к словам вступления, а главное подведете итог проанализированного материала, удачно будет свести все вышесказанное к условиям современной жизни.
4. В ходе анализа ищите общность взглядов авторов на проблему или отсутствие точных сведений о чем-либо, которое пойдет вам на руку, в качестве условия актуальности работы.
5. Вводите в текст свои тезисы, а источники используйте в качестве опровержения или доказательства.
6. Дайте хорошую оценку источнику с точки зрения временных рамок, беспристрастности касаясь заявленной темы, информативности и доказательности авторских аргументов.
7. Используйте собственные слова при оформлении изученной вами информации, не занимайтесь плагиатом.
8. После написания работы удостоверьтесь, что все требования (пункты составленного вами плана) соблюдены.

9. Обратите внимание на логику в построении текста, а главное на плавность переходов от абзаца к абзацу.

10. Стоит исключить из конечного текста жаргонную лексику, матерные выражения, однако, если того требует особенности исследования, то этого делать не стоит.

Употребление числительных и сокращений в научном тексте

В языке научной речи, ориентированной преимущественно на зрительное восприятие, цифровое обозначение числительных как средства выражения числовой информации преобладает над словесным. Последнее предпочтительно для обозначения однозначных количественных числительных, если при них нет единиц измерения: «пять станков» (а не 5 станков), «на трех образцах» (а не на 3 образцах), а также для обозначения временных границ или периодов («Продолжительность эксперимента составляла пять дней»). Если однозначное число сопровождается обозначением меры, то оно пишется цифрой. Например: «Для проведения эксперимента необходимо 3 л растворителя».

Цифрами пишутся и многозначные количественные числительные, за исключением числительных, которыми начинается абзац. В последнем случае такие числительные пишутся словами. Поскольку все количественные числительные склоняются, то в формах склонений изменяются все части сложных и составных числительных. Например: «шестьюстами пятьюдесятью восемью вариантами ...», «Двумстам девяноста четырем», «Сорока пяти» и т.д. Чтобы избежать возможных речевых ошибок в текстах, предназначенных для чтения или произнесения в период научных дискуссий, наряду с цифровыми обозначениями количественных числительных принято писать их словами. Многозначные целые числа принято записывать, разбивая цифры пробелами, например: 20 000 т, 23 460 руб.

Числа, употребляемые с сокращенным обозначением единиц измерения, пишутся цифрами (7 л, 24 кг), причем если такие сокращения принято писать без точки («л», «кг», «ч», «мин» и т.п.), то после них при употреблении в середине предложения или фразы точка не ставится.

При перечислении однородных чисел (величин и отношений) сокращенное обозначение единицы измерения ставится только после последней цифры («3, 14 и 25 кг»).

Количественные имена числительные должны согласоваться с именами существительными во всех надежных формах, кроме форм именительного и винительного падежей. Например: «до ста рублей» (род. п.); «к шести рублям» (дат. п.) и т.д.

В формах именительного и винительного падежей количественные числительные управляют существительными. Например: имеется пятьдесят (им. п.) рублей (род. п.), получить пятьдесят (вин. п.) рублей (род. п.).

Количественные числительные при записи арабскими цифрами не имеют падежных окончаний (например, следует писать «не более 25 раз», а не «не более 25-ти раз»).

При написании порядковых числительных нужно соблюдать следующие правила.

Как однозначные, так и многозначные порядковые числительные пишутся словами («третий», «тридцать четвертый», «двухсотый»). Исключения составляют случаи, когда написание порядкового номера цифрой обусловлено традицией. При этом чисто цифровая форма отображения порядковых числительных распространена: а) если они передаются римскими цифрами («IV квартал», «Екатерина II»); б) для обозначения дат при арабских цифрах перед названием месяца и словом «год» («19 августа 2002 года»); в) если это номера томов, глав, таблиц и др. элементов издания, которому предшествует название нумеруемого объекта («том 5», «в табл.3», «в примере 10», но «в 5-м томе», «в 3-й таблице», «в10-м примере»); г) падежное окончание наращивается только у последнего числительного при обозначении ряда из более, чем трех порядковых числительных («5, 6, 7 и 8-й класс») или в случае написанных через тире порядковых числительных («5 - 8-й классы», «50 - 60-х гг., но «в конце 50-х - начале 60-х гг.», «конец 50-х - 60-е гг.»).

Смешанный тип (буквенно-цифровое отображение) представления порядковых числительных имеет место:

□ в сложных словах, составленных из числительного и прилагательного. Первая часть такого слова обозначается цифрой, к которой через дефис присоединяется вторая часть слова, причем числительные пишутся цифрами без окончаний: «10-тонный грузовик», «20-процентный раствор». В последние годы все чаще, если контекст не допускает двояких толкований, используется форма без наращения падежного окончания, например «в 5% растворе»;

□ в многозначных круглых числах в цифровой форме: «18 млн. человек», «50 тыс. рублей»;

□ при их записи арабскими цифрами путем наращивания падежных окончаний. Например: «Обработка поверхности детали должна быть сделана по 5-му классу точности».

В падежном окончании такие порядковые числительные имеют:

а) одну букву, если предпоследняя буква числительного гласная: 8-й, 8-я, 8-е, 8-х, 8-м (но не 8-ой, 8-ая, 8-ое, 8-ые, 8-ых, 8-ом, 8-ым - восьмой, восьмая, восьмое, восьмые, восьмых, восьмом, восьмым);

б) две буквы, если предпоследняя буква согласная: 8-го, 8-му, 8-ми (восьмого, восьмому, восьмыми).

Трудности вызывает порой представление порядковых числительных на - тысячный, - миллионный и т.п. Их можно отображать по смешанному типу (4-тысячный, 10-миллионный) и по буквенному. При буквенном написании такие числительные пишутся слитно: пятитысячный, десятимиллионный. Если же этим элементам предшествует сочетание с половиной, то обычно используют цифровое отображение с дефисным написанием: 41/2-тысячный, 101/2-миллионный (словесное отображение - «четырёх с половиной тысячный», «десяти с половиной миллионный»). Вызывает затруднения у ряда соискателей и написание числительного «пол» в составе сложного слова. Здесь следует различать 3 случая:

□ вторая часть слова (обычно имя существительное нарицательное в форме родительного падежа) начинается с согласного (кроме «л») - пишется слитно: «полметра», «полтонны», «полстакана»;

□ вторая часть слова начинается с «л» или с гласного - пишется через дефис: «пол-лимона», «пол-апельсина», «пол-литра» (но «поллитровка» - 2-я часть слова здесь не является именем существительным в родительном падеже);

□ вторая часть слова является именем собственным - пишется через дефис: «пол-Франции», «пол-Антарктиды»;

□ в составе наречий - пишется слитно: «вполголоса», «вполоборота»;

□ вторая часть слова оторвана от числительного «пол» согласованным определением - пишется отдельно: «пол столовой ложки», «пол незасеянного поля».

Еще одна трудность при отображении числительных связана с «0». Существуют 2 формы: «нуль» и «ноль». Обычно используется первая форма: «равняется нулю», «абсолютный нуль»; от нее же образуется и производное прилагательное: «нулевая температура», «нулевой меридиан». Однако применяются и традиционные формы: «ноль внимания».

С особой тщательностью необходимо относиться к записи приближенных величин. Так, например, изображение числа как «2,5» может означать и 2,52 и 2,48. Запись же «2,50» может означать 2,502 и 2,498, но не 2,521 и 2,481.

Нередко в диссертационных работах встречаются сокращения («усеченные слова»). Такая сокращенная запись используется с целью сокращения объема текста, что обусловлено стремлением минимизировать его объем.

При сокращенной записи слов используются три основных способа: 1) оставляется только первая (начальная) буква слова (год - г.); 2) оставляется часть слова, отбрасывается окончание и суффикс (советский - сов.); 3) пропускается несколько букв в середине слова, вместо которых ставится дефис (университет - ун-т).

Делая сокращение, нужно иметь в виду, что сокращение должно оканчиваться на согласную, а не на гласную (если она не начальная буква в слове), на букву «й», на мягкий и твердый знак.

Оформление таблиц

Для включения в работу большого количества числовых показателей или систематизации информации для более легкого восприятия используют таблицы.

В ГОСТ 7.32-2001. «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления» приведены правила оформления таблиц:

1. Таблица располагается сразу после абзаца, где стоит на неё ссылка. Привязка к тексту обязательна. Нельзя ставить таблицу через несколько абзацев, мотивируя это тем, что сверху на следующем листе она будет смотреться лучше. Исключение – вынесение таблиц в Приложение.

2. Таблицы разрывать можно, но не желательно. Лучше оставить пустое место после абзаца со ссылкой на таблицу и разместить её на следующем листе. Но при этом, конечно, не стоит оставлять большие пустые пространства.

3. Тем не менее, иногда разрывать таблицы приходится. Если таблица очень длинная или широкая, и строки либо графы таблицы выходят за формат листа, то её можно разделить на части. Если много граф, то части таблицы располагаются на одном листе друг под другом. Если много столбцов, таблица продолжается на следующем листе. В первом случае в новых частях повторяется головка, во втором – боковик таблицы.

4. Если у таблицы большой объём, и её приходится делить на части, а тем более переносить на другой лист, для упрощения навигации выполняется нумерация столбцов и графам. Цифры используются арабские, проставляются во второй строке. На следующей странице уже не нужно повторять заголовки граф и столбцов, достаточно поставить номера.

5. Все таблицы в дипломной работе нумеруются, для этого используются только арабские цифры. ГОСТом допускается три принципа нумерации таблиц в дипломной работе:

Последовательная нумерация. Пример: Таблица 1, Таблица 2, Таблица 3 и т. д.
 Нумерация по разделам с указанием номера раздела и, после точки, номера самой таблицы. Пример: Таблица 1.1, Таблица 1.2, Таблица 1.3, Таблица 2.1, Таблица 2.2 и т. д. (Второй вариант применяется, если в дипломной работе размещаются крупные объёмы табличного материала).

Нумерация с учётом номера приложения (напомним, что приложения, согласно правилам оформления, обозначаются латинскими цифрами). Пример: Таблица В.1, Таблица С.1.1, Таблица С.1.2 и т. д.

6. Название таблицы следует размещать сразу над ней. Точка после номера таблицы не ставится. После номера идёт тире, затем – название таблицы.

7. У таблицы всегда должно быть название. Требования к названию: оно должно быть кратким, лаконичным, но при этом чётко отражать смысл таблицы, суть приведённой в ней информации. Рекомендуются использовать в названии таблицы 2 – 5 слов, избегая громоздких формулировок.

8. Обратите внимание, что слово «Таблица» следует писать с заглавной буквы и обязательно полностью, не сокращая.

9. При переносе таблицы на следующий лист необходимо поставить сверху её полное название таблицы с нумерацией. При делении таблицы на части в пределах одного листа над каждой частью пишется просто «Продолжение таблицы» (без кавычек).

10. Шрифт, кегль в названии таблицы – тот же самый, что и в основном тексте (в ячейках можно использовать меньший размер шрифта). Не следует как-то особо выделять названия таблиц, используя цвет, подчёркивания и т. д. Впрочем, на практике иногда используется полужирный шрифт (этот момент уточните в методичке или у научного руководителя).

11. Располагается заголовок таблицы на листе дипломной работы слева. Абзацный отступ в данном случае не используется.

12. Нельзя заканчивать главу, раздел или пункт таблицей. После таблицы обязательно нужно дать обобщение представленной информации, разместить текстовый вывод.

Оформление табличного материала внутри таблицы

Размещая собранную и обработанную информацию в таблице, необходимо придерживаться следующих требований ГОСТа:

- Заголовки начинайте с прописной буквы, подзаголовки – со строчной.
- Заголовки, названия столбцов пишете в единственном числе.
- Точку после заголовков и подзаголовков не ставьте.
- Горизонтальное расположение заголовков и подзаголовков предпочтительней; вертикальное используется при обоснованной необходимости.
- Выравнивание отдельных столбцов лучше делать по центру, а построчных заголовков – по левому краю.
- Горизонтальные ячейки должны быть однострочными.
- Выравнивать цифровые показатели рекомендуется по центру.
- Размер шрифта в таблице может быть меньше, чем в тексте, но должен быть ясно различим (не стоит использовать кегль меньше 10-го).
- Если в различных строках графы повторяется один и тот же текст, состоящий только из одного слова, то вместо дублирования во второй раз ставится фраза «То же», а далее – только кавычки. Исключение: кавычки нельзя ставить вместо повторяющихся цифр, математических и химических символов, марок, знаков.
- В том случае, если в той или иной строке не приводятся никаких данных, следует ставить прочерк.

Оформление иллюстраций

Иллюстрации – форма наглядного представления результатов исследовательской работы. Они повышают оперативность знакомства и понимания представляемой информации, позволяют провести более глубокий её анализ, проконтролировать точность и существенность выводов. В курсовых и дипломных работах все иллюстрации именуется рисунками, среди которых чаще всего используются: диаграмма, представленная в виде гистограммы, ленточной или круговой диаграммы, и график.

Все рисунки, помещенные в основной текст работы, имеют сквозную нумерацию. Если в работе только один рисунок, то он не нумеруется.

Указание на порядковый номер рисунка содержит:

- сокращенное слово «Рис.», выполненное с прописной буквы с абзацным отступом;
- число, выполненное арабскими цифрами, соответствующее порядковому номеру в работе. Знак «№» не ставится.

Рисунок обязательно имеет наименование. Нумерация и наименование иллюстраций помещаются под изображением с выравниванием ``по центру" и выполняются теми же шрифтом и размером, что и основной текст. Допускается его выделение курсивом. Точка в конце наименования рисунка не ставится. Связь рисунка с текстом оформляется в виде ссылок с указанием порядкового номера, аналогично ссылке на таблицу.

График представляет собой условное изображение величин и их соотношений, выполняется в системе координат, оси которой представляют собой шкалы с выбранными и обозначенными единичными отрезками. Как правило, горизонтальная ось отражает время или независимые качественные и независимые переменные. Вертикальная ось представляет количественные характеристики рассматриваемых объектов или показателей на определенный период времени. Эти характеристики наглядно изображаются точками, которые соединяются отрезками или сглаженными кривыми.

Если график содержит информацию о нескольких группах однородных данных, то для изображения применяют линии разных цветов, конфигураций, толщины. Расшифровка использованных условных обозначений носит название легенды и размещается справа от рисунка в примечании. Слово «примечание» выполняется с новой строки с абзацным отступом вразрядку, после него ставится точка.

Диаграмма отражает зависимость между величинами, позволяет сравнивать и анализировать массовые данные.

Гистограмма (столбиковая диаграмма) позволяет представить изменение данных на протяжении отрезка времени или наглядно сравнить различные величины. Одинаково часто применяются плоскостные и объемные гистограммы, отличия между ними несущественны.

Гистограмма, как и график, выполняется в системе координат. По горизонтали в гистограмме располагается ось категорий, по вертикали - ось значений. Изображение осей, подписей к ним аналогичны правилам оформления графиков, рассмотренным выше.

В связи с тем, что основной задачей гистограммы является наглядное сопоставление данных, то на одном рисунке подобного типа могут быть размещены данные о двух и более распределениях.

Ленточная (линейчатая) диаграмма позволяет сравнивать отдельные значения, обращая большее внимание на сравниваемые значения, чем на временные промежутки.

Этот тип диаграмм тоже выполняется в системе координат, оси которой представляют собой шкалы с выбранными и обозначенными единичными отрезками. В отличие от гистограммы, по горизонтали в линейчатой диаграмме располагается ось значений, по вертикали - ось категорий. В остальном правила их оформления аналогичны.

Круговая диаграмма показывает отношение размеров элементов, образующих ряд данных, к сумме элементов. Этот тип диаграмм представляет собой круг, разделенный на секторы, размеры которых пропорциональны величинам изображаемых объектов. В круговой диаграмме всегда отображается только один ряд данных. Важно, что сумма элементов, представляемых круговой диаграммой всегда должна быть равна 100% или одной целой. Поэтому результаты анкетирования с допущением множества ответов на каждый вопрос не могут быть представлены в подобном виде.

Заключение. Выводы

Заключение – это последняя часть любого проекта, содержащее суждения, истина которых подтверждается на протяжении написания всей работы. В заключении работы прописываются результаты проделанных действий, итоговые умозаключения.

Заключение подводит итог любой выполненной работы. В нём содержатся аргументированные выводы по теме исследования. Начинается оно с обоснования актуальности, продолжается аргументированием цели, достижение которой стало результатом проекта, и заканчивается перечнем решённых задач, обозначенных во введении, которые удалось выполнить.

Заключение тесно переплетено с основной частью и введением, не разделяется от них по стилю и содержанию. Переход к нему является гармоничным продолжением работы, отражающим её результат в краткой форме, помещающийся на два или три листа машинописного текста.

Структура заключения

Заключение отражает итог работы, выводы по вопросам, исследуемым в курсовой работе, содержит авторское мнение, преимущества и проблемы, раскрываемые в исследовании. В нём указываются основные мероприятия, проведённые в практической части работы, приводятся основные числовые данные.

Заключение пишется кратко с изложением проблем и рациональными и хорошо обдуманскими путями решения их с описанием ожидаемого эффекта от проведённых действий, предлагаемых в дальнейшем для внедрения в практическую деятельность.

В заключение входят поставленные цели и анализируемые задачи из введения, а основные результаты вписываются в него из основной части работы.

Во многих работах заключение начинается со слов «итак...», «подводя итоги...», «на основании проведённых исследований...». Далее указываются задачи, которые удалось решить в ходе проделанной работы. Также необходимо рассказать, что не удалось исследовать и раскрыть, какие проблемы при этом возникали, что тормозило процесс исследования.

Описав решённые проблемы, выполненные задачи и достигнутые цели, необходимо переключить внимание на результаты опытно-практической работы, содержащиеся во второй главе курсовой. Автору нужно обосновать их значимость, доказать необходимость внедрения на практике предложенных им действий, аргументировать личное мнение на происходящие процессы, явления, пути решения возникающих проблем.

В конце заключения нужно составить планы на будущее в изучении темы проекта, предложить способы модернизации и усовершенствования.

Некоторые заключения начинаются с актуальности изучаемой темы, а затем раскрываются в них задачи, решённые в процессе творческого создания.

Выводы - это краткое, лаконичное изложение основных результатов работы. Выводы должны быть написаны в виде коротких предложений, каждое из которых представляет собой законченную мысль. Как правило, выводы отражают практическую часть работы. Обычно количество выводов соответствует количеству поставленных задач. При выполнении дипломных работ требуется не менее 6 выводов. А это означает, что результаты, полученные при решении одной из задач, могут быть описаны в нескольких выводах.

При выполнении прочих научных работ (например, отчетов по практике, выводы должны отражать результаты, полученные в практических разделах).

В предложениях нужно исправить те недостатки, которые были выявлены при написании работы (или указаны в выводах).

Оформление списка литературы

Правила оформления списка литературы и библиографических ссылок.

Библиографический список - составная часть библиографического аппарата, который содержит библиографическое описание использованных источников и помещается в конце научной работы.

Рекомендуются следующие варианты заглавия списка:

- список использованной литературы;
- список использованных источников и литературы;
- библиографический список;
- библиография

Независимо от выбранного способа группировки в начало списка, как правило, помещают официальные документы (законы, постановления, указы и т. д.), которые располагаются по юридической силе. Расположение внутри равных по юридической силе документов – по дате принятия, в обратной хронологии:

1. Международные нормативные акты
2. Конституция
3. Федеральные конституционные законы
4. Постановления Конституционного Суда
5. Кодексы
6. Федеральные законы
7. Законы
8. Указы Президента
9. Акты Правительства
 - а) постановления
 - б) распоряжения
10. Акты Верховного и Высшего Арбитражного Судов
11. Нормативные акты министерств и ведомств
 - а) постановления
 - б) приказы

- в) распоряжения
- г) письма
- 12. Региональные нормативные акты (в том же порядке, как и российские)
- 13. ГОСТы
- 14. СНиПы, СП, ЕНИРы, ТУ и др.

Вслед за указанными документами располагается вся остальная литература: книги, статьи в алфавитном порядке и электронные издания.

За перечнем нормативно-правовых актов в списке литературы следует перечень специальной литературы и периодики.

Список литературы составляют непосредственно по данным печатного издания или выписывают из каталогов и библиографических указателей полностью, без пропусков каких-либо элементов, сокращений заглавий и т.п. Исходя из ГОСТа, список литературы оформляется посредством указания обязательных элементов описания библиографического источника.

Основными элементами описания литературного источника являются:

- ФИО автора (авторов / редактора);
- Наименование произведения (название книги);
- Наименование издательства;
- Год издания;
- Количество страниц в издании.

ГОСТ предусматривает также факультативные элементы, применение которых не всегда обязательно.

К факультативным элементам описания библиографического источника относится, например:

1. Параллельное заглавие;
2. Сведения, относящиеся к заглавию;
3. Сведения о функции издателя, распространителя и т.п.;
4. Размеры;
5. Другие сведения о физической характеристике.

Порядок оформления источника литературы зависит от количества авторов, принявших участие в его написании. Отдельные правила предусмотрены для книг с 1, 2-3 и большим количеством авторов.

1. Оформление книг с 1 автором. Для книг, написанных одним автором в начале указываются фамилия и инициалы автора. При этом после фамилии ставится запятая и уже после неё указываются инициалы, отделённые точками. Затем следует полное название книги, после которого ставится «слеш» (косая черта “ / “) и далее повторяется ФИО автора, но сначала указываются инициалы, а затем фамилия. После фамилии ставится точка, а за ней – тире. После тире указывается: город, двоеточие, название издательства, запятая, год издания, точка. После точки пишем тире, за ним указываем количество страниц в данной книге, букву «с» и точка.

Пример: Жабина С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга / С.Г. Жабина. - М.: Академия, 2016. - 336 с.

2. Оформление книг с 2 и 3 авторами. Если книга написана авторским коллективом из 2-3 человек, то в начале библиографического описания указываются фамилия и инициалы одного (первого) автора. После фамилии ставится точка. Далее следует полное название книги. Затем ставится «слеш» и идёт повторение данных авторов, но сначала указываются инициалы, а потом фамилия. После последней фамилии ставится точка, а за ней – тире. После тире указывается: город, двоеточие, название издательства, запятая, год издания, точка. После точки пишем тире, за ним указываем количество страниц в данной книге, букву «с» и точка.

Пример: Волков, М.В. Современная экономика/ М.В. Волков, А.В. Сидоров. - СПб.: Питер, 2016.- 155 с.

3. Оформление книг с 4 и более авторами. Для книг, у которых 4 и более авторов действует особый порядок оформления. В целом он аналогичен тому, что применяется в книгах с 2 и 3 авторами, но с одним исключением: При повтором перечислении авторов после наименования книги и «слеша» указываются не все авторы, а опять лишь первый. При этом его ФИО дополняется заключённой в квадратные скобки припиской [и д.р.]

Пример: Коробкин, М.В. Современная экономика/ М.В. Коробкин [и д.р.] - СПб.: Питер, 2014.- 325 с.

4. Оформление учебников и учебных пособий. Если в списке литературы указываются учебные пособия, учебники, учебно-методические комплексы и прочие виды специальной литературы, необходимо дополнить общие правила оформления элементом обозначения типа издания. Для этого в указанные выше правила оформления книг, сразу после наименования издания ставится двоеточие и пишется тип издания.

Пример: Волков, М.В. Современная экономика: учебное пособие / М.В. Волков. - СПб.: Питер, 2014.- 225 с. или если используется общее обозначение материала Волков, М.В. Современная экономика [Текст]: учебное пособие / М.В. Волков. - СПб.: Питер, 2014.- 225 с.

5. Оформление учебников и учебных пособий под редакцией. Для оформления учебного пособия под редакцией одного автора, объединившего труды нескольких авторов, нужно сначала написать наименование издания, далее двоеточие и тип издания (учебник / учеб. пособие), далее «слеш» и фраза «под ред.». После этого указываются сначала инициалы, а затем фамилия редактора. Далее следует стандартный порядок оформления, приведённый выше.

Пример: Фармацевтическая химия: учеб. пособие для студ. вузов/под ред. И.Н. Сovenko. - М.: Риор, 2014. - 323 с.

Если в пособии несколько авторов с общим редактором.

Пример: Фармацевтическая химия: учеб. пособие для студ. вузов / Л.Н. Протасова., М.И. Иванов, А.А. Сидоров; под ред. И.Н. Сovenko.. - М.: Риор, 2014. -323 с.

6. Для многотомных книг необходимо указывать номер тома, который был использован в работе. Для этого сразу после названия издания делается приписка «Т.1.», где 1 – это номер тома.

Пример: Боков, А.Н. Экономика Т.2. Микроэкономика [Текст]/ А.Н. Боков. - М.: Норма, 2015. - 532 с.

7. Оформление в списке литературы статей из журналов и периодических сборников. Для описания статей из периодических изданий действует следующий порядок указания элементов описания библиографического источника: фамилия и инициалы автора; название статьи; «слеш» и снова ФИО автора, но сначала инициалы, а потом фамилия; затем две косые черты; название периодического издания или сборника, в котором размещена статья (кавычки не используются); тире, год издания; после чего следуют точка, номер (иногда в скобках может быть указан месяц издания); точка, тире; затем номера первой и последней страниц статьи.

Пример: Боков, В.К. Причины кризиса экономической модели США / В.К. Боков // РБК. -2014. - №4 (11). - С. 32-36.

8. Оформление электронных источников

Пример: Рекомендации по оформлению списка литературы [Электронный ресурс] / Всероссийский банк учебных материалов; ред. Марфунин Р.М.- Режим доступа: <http://referatwork.ru>, свободный. (Дата обращения: 16.08.2015 г.).

Крохин, Е.Е. Реставрация памятников архитектуры [Электронный ресурс], - <http://www.architechos.ru/restovrat.htm>- статья в интернете.

Равнозначные источники размещаются в списке литературы по ГОСТ в алфавитном порядке. При этом издания на иностранных языках размещаются в конце списка после русскоязычных источников в порядке латинского алфавита.

Оформление приложений

Для большинства научных дисциплин приложения являются важной составляющей научно-исследовательских работ, особенно дипломных работ и проектов. Они наглядно демонстрируют качество проведенных исследований и позволяют оценить уровень вашей подготовки по теме исследования. Поэтому подбор материалов для раздела приложения должен проводиться тщательно и скрупулезно, так как от этого зависит оценка вашей работы. Кроме того, после подбора необходимых данных и материалов их нужно правильно оформить. При оформлении приложений к диплому стоит опираться на ГОСТ 7.32–2001, а также методические рекомендации вуза или кафедры, т. к. они могут отличаться в связи со спецификой научной дисциплины.

В этом разделе должна содержаться информация, которая детализирует и уточняет разделы и подразделы дипломной работы, объясняет алгоритмы или авторские методики исследования. Но эта информация не может быть включена в основной текст по различным причинам (большой объем, нестандартный формат изложения). Вот перечень материалов, которые обычно используют в качестве приложений:

- Таблицы (объем более 2/3 страницы формата А4)
- Графики и диаграммы
- Расчеты и формулы
- Описание экспериментальных приборов и аппаратуры
- Методики и инструкции, разработанные автором
- Иллюстративный материал вспомогательного характера (рисунки, схемы, планы, карты, фотографии)
- Справочные материалы (образцы документации предприятий, финансовая отчетность и т. д.)

Основные правила оформления:

1) Приложения чаще всего являются продолжением дипломной работы, но могут быть выпущены, как самостоятельный документ.

2) В содержании работы необходимо указать, что раздел приложений есть в наличии (после списка источников).

3) Между приложением и текстом диплома существует взаимосвязь, которая прослеживается в виде ссылок на материалы приложения. Приложения размещают по мере их упоминания в тексте.

Пример: В структуре сводного бюджета республиканский занимает около половины (см. Приложение А).

4) Если приложения являются продолжением диплома, то необходимо разделить основной текст и графические материалы. Для этого перед разделом приложений размещают лист бумаги, где пишут слово Приложения (положение на листе может быть различным, как и написание: Приложения или ПРИЛОЖЕНИЯ).

5) Нумерация приложений: могут иметь собственную нумерацию, либо сплошную нумерацию, которая идет по всему тексту работы, включая и раздел приложений.

6) Каждому приложению соответствует отдельная страница, на которой сверху посередине пишут слово Приложение, а также его номер. Также под словом Приложение с новой строки указывают заголовок, записанный с прописной буквы.

Наукометрические показатели

Существуют различные подходы к изучению и эмпирическим методам измерения НИД. Они включают изучение творческих личностей, продукты или результаты творческой деятельности, творческого процесса и творческой среды генерации знаний. Экспертные оценки субъективны, требуют много времени и затрат, используются для измерения уровня научной продуктивности.

Наукометрия – дисциплина, изучающая эволюцию науки через многочисленные измерения и статистическую обработку научной информации (количество научных статей, опубликованных в данный период времени, цитируемость и т. д.). Наукометрические показатели – индексы публикационной активности авторов или организаций, значимости

публикаций в зависимости от научного веса журнала и т.д. Используются для оценки состояния и перспективности научно-исследовательской деятельности авторов и организаций, их сравнения и ранжирования в различных рейтингах.

Цели применения наукометрических показателей и индексов:

- оценка существующих направления развития науки и технологий в национальном и международном масштабах, их динамика, точки роста, выявление новых направлений и т.п.;
- оценка (экспертиза) предлагаемых учеными проектов;
- оценка результативности деятельности научных организаций на национальном и международном уровнях;
- выявления и оценка успешности сотрудничества научных организаций, формирование новых научных коллективов;
- оценка деятельности конкретных ученых;
- составление рейтингов;
- определение объемов финансирования научных коллективов, организаций, отраслей науки и т.д.

Основные абсолютные количественные показатели международных научных баз данных и вычисляемые на их основе наукометрические индикаторы:

- общее число публикаций: по теме, автору или группе авторов, организации, городу, стране, источнику (журналу), году и т.д.,
- число цитирований публикаций (по теме, авторам, организациям, журналу и т.д., см. выше) в сумме и с распределением по годам и публикациям общее, по каждой публикации и с распределением по годам;
- число цитирований без самоцитирования в сумме, по каждой публикации и с распределением по годам и публикациям;
- число публикаций, ссылающихся на полученную подборку; * число публикаций, ссылающихся на полученную подборку, без самоцитирования;
- среднее число ссылок на одну статью в подборке;
- среднее число ссылок в год;
- индекс Хирша (h-индекс);
- импакт-фактор журнала.

Классификация наукометрических индикаторов:

Классификация наукометрических индикаторов включает:

1. «Журнальные» индексы: показатели качества журнала, вычисляемые по данным о цитируемости их статей, позволяющие ранжировать журналы по предметным областям и определять качество научных публикаций страны, организации, авторов в зависимости от полученных с применением этих показателей оценок публикаций;

2. «Нежурнальные» индексы: показатели публикационной деятельности ученого, организации, государства, области знаний.

Научный индекс цитирования

Научным индексом цитирования статей (ИЦ) называется база данных по периодике («цитатная база данных»), в которой собираются не только библиографические данные о журнальных публикациях (автор, заглавие, наименование журнала, год, том, выпуск, страницы), но и пристатейные списки цитируемой литературы. В этой базе данных пользователь может проводить эффективный поиск всей библиографии по интересующему его вопросу. В то же время специальная «надстройка» над такой базой данных, аккумулирующая пристатейные списки литературы по целым журналам, дает доступ специалистам к библиометрическим показателям периодических изданий.

«Цитатные базы данных» можно разделить на группы: международные и национальные научные индексы цитирования.

Самыми авторитетными из существующих международных систем цитирования, чьи индексы признаются во всем мире, являются: «Web of Science» и его конкурент – сравнительно молодая система «Scopus». Журналы, входящие в эти системы, официально признаются Высшей аттестационной комиссией (ВАК).

В 1960 году Institute for Scientific Information (ISI) (Филадельфия, США), основанный Юджином Гарфилдом, ввел первый индекс цитирования для статей, опубликованных в научных журналах, положив начало такому ИЦ как «Science Citation Index (SCI), интернет-версия которого «Web of Sciences».

Система «Web of Science» покрывает более 9000 изданий на английском и отчасти на немецком языках (с 1980 г.) и включает в себя три базы – Science Citation Index Expanded (по естественным наукам), Social Sciences Citation Index (по социальным наукам), Arts and Humanities Citation Index (по искусству и гуманитарным наукам).

В настоящее время эта база цитирования принадлежит компании Thomson Reuters. На русскоязычном сайте компании Thomson Reuters даны рекомендации по работе с «Web of Sciences».

Система цитирования «Scopus» представляет собой крупнейшую в мире единую мультидисциплинарную реферативную базу данных (с 1995 г.), которая обновляется ежедневно. Scopus – самая обширная база данных научных публикаций без полных текстов. Scopus охватывает свыше 15 тыс. научных журналов от 4 тыс. научных издательств мира, включая порядка 200 российских журналов, 13 млн. патентов США, Европы и Японии, материалы научных конференций. Scopus в отличие от Web of Science в процентном отношении гораздо шире отражает естественные науки и технику – 83%.

Электронный адрес «Scopus»

Однако в международных базах данных представлено очень мало российских научных журналов. Так, например, в ресурсе Journal Citation Reports в 2007 г. заносилась информация лишь о 109 российских научных журналах, тогда как в списках Высшей аттестационной комиссии значилось более 1100 научных изданий. Стоимость подписки на зарубежные системы составляет значительные суммы, что для большинства российских организаций просто неприемлемо. Со схожей проблемой столкнулись и в Китае, Тайване, где, как и в России, основной причиной малой международной представленности журналов является языковой барьер.

Поэтому в России с 2005 г. Научной электронной библиотекой создается национальный Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). РИНЦ – это национальная информационно-аналитическая система, включающая более 2 миллионов публикаций российских авторов, а также информацию о цитировании этих публикаций из более 2000 российских журналов. Она предназначена не только для оперативного обеспечения научных исследований актуальной справочно-библиографической информацией, но является также и мощным инструментом, позволяющим осуществлять оценку результативности и эффективности деятельности научно-исследовательских организаций, ученых, уровень научных журналов и т.д.

Помимо библиографической и цитатной информации, в РИНЦ включаются сведения об авторах публикаций и организациях, в которых они работают. Этот механизм дает возможность интегрировать публикационные и цитатные показатели: от научного сотрудника-автора, структурного подразделения и учреждения, где работает круг авторов, до министерств и ведомств или целых административно-географических регионов.

Таким образом, РИНЦ позволяет:

- анализировать статистику публикационной активности отдельных авторов, авторских коллективов, организаций и журналов;
- находить публикации, цитируемые в отдельно взятой статье;
- находить публикации, цитирующие статью;
- осуществлять поиск библиографии по теме или предмету;

□ просматривать сведения о журналах, авторах публикаций и организациях, в которых они работают.

По базе РИНЦ согласно Приказа N 406 Минобрнауки РФ от 14.10.2009 при анализе наукометрических показателей цитируемость учитывается за пять лет, предшествующих текущему году.

В настоящее время в РИНЦе внедрена аналитическая надстройка SCIENCE INDEX. Она позволяет проводить более детальные аналитические исследования и рассчитывать более сложные наукометрические показатели, чем это возможно сейчас в базовом интерфейсе РИНЦ. Серьезные аналитические возможности предъявляют и более серьезные требования к качеству данных. Поэтому, на первом этапе развития системы SCIENCE INDEX основное внимание будет уделяться привлечению к работе по уточнению информации, исправлению ошибок и привязке публикаций и ссылок к авторам, организациям и журналам самих ученых, научные организации и издательства. Этот подход может дать вполне реальные результаты, учитывая то, что и авторы, и организации, и журналы заинтересованы в том, чтобы касающаяся их информация в РИНЦ была максимально точной и полной.

Импакт фактор

Определяющим критерием важности научных журналов в мире современной науки является импакт фактор журнала. Количество публикаций ежедневно увеличивается, как в отечественной, так и зарубежной литературе. Импакт фактор – наукометрический инструмент, позволяющий определить совокупные показатели не только значимости издаваемого журнала, но и актуальности и продуктивности научной деятельности ученого или организации.

Импакт фактор журнала (impact factor, ИФ, IF) – численный показатель значимости и популярности периодического издания. Этот механизм был применен впервые в 60 годах 20 века в США. Специалисты Института информации предложили оценивать качество периодики по количественной характеристике, а именно, по числу цитирований или ссылок на статьи в данном журнале.

С тех пор учебная организация, переименованная в Thomson Scientific (поскольку в 1992 г выкуплена холдингом Thomson), ежегодно высчитывает IF. Публикуются результаты в Journal Citation Report.

Основатель классической методики расчета IF, он же и создатель аналитической IT-площадки Web of Science, где можно посмотреть различные публикации гуманитарных и технических наук, найти сведения о наукометрических параметрах любого издания или отдельной статьи

Web of Science – не единственная платформа для расчета коэффициента цитирования публикаций. В России это площадка – elibrary. А IF – не единственный критерий при выборе качественного издания, но один из значимых в современной науке.

Методика расчета импакт-фактора

Методика основана на расчетах по ссылкам на журнал, изданным в нем публикации. Существуют различные подходы в расчете импакт фактор журнала: за два, три, пять предыдущих лет. Одни научные организации используют классические методы подсчета, другие – определенные самостоятельно разработанные способы.

Классическая методика популярности периодического издания:

$$\text{ИФ } 2017\text{г} = a/b, \text{ где}$$

a – число цитируемых в 2017 г. статей, опубликованных за предыдущий условный период (2 или 5 лет) – 2015-2016 или 2012-2016 гг.,

b – совокупное число всех публикаций за тот же условный период.

Т.е., ИФ рассчитывается за год цитирования, следующий за определенным сроком публикаций. Статьи, вышедшие за 2 последних года, в подсчете IF не участвуют.

Поскольку каждая информационно-аналитическая IT-платформа используют свои наукометрические инструменты, то ИФ можно узнать на официальных сайтах известных

международных баз данных, где эти издания индексируются, в том числе российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Список популярных рейтинговых систем в России:

- Web of Science
- РИНЦ на базе Научной электронной библиотеке (НЭБ)
- Scopus
- Google Scholar

Единой базы impact factor, где можно посмотреть рейтинги одного издания от всех известных платформ – нет.

Импакт-фактор журнала в РИНЦ

РИНЦ – отечественная система и база данных цитирования фундаментальных, академических и прикладных исследований. На сегодняшний момент в архиве РИНЦ находится более 12 млн различных статей и публикаций. База РИНЦ рассчитана на бесплатный свободный доступ.

ИФ в РИНЦ определяется по стандартной методике Thompson Reuters за 2 года или 5 лет. Большой срок связан с длительной процедурой выпуска: вошедшая в публицистический список статья, может «пылиться на полке» еще около года.

Перечень периодики, где рассчитывается российский индекс импакт фактор:

1. национальные научные издания;
2. зарубежная периодика, опубликованная на русском языке;
3. зарубежные издания, имеющие договор с НЭБ.

Узнать ИФ в РИНЦ можно на сервере elibrary, воспользовавшись указателем «каталог журналов» на навигаторе сайта.

Импакт-фактор журнала в Web of Science

Web of Science (WoS) – самая известная и популярная зарубежная поисковая аналитическая платформа и база данных различных гуманитарных и естественнонаучных публикаций, преимущественно англоязычных.

Отличие от отечественной РИНЦ в том, что свободного доступа в WoS не предусмотрено. Узнать рейтинг той или иной периодики без регистрации в Journal Citation Reports невозможно, будет доступен только квартиль (параметр цитируемости, коррелирующий с импакт фактором).

Посмотреть ИФ можно через сайт.

Рейтинг SJR журнала в Scopus

Scopus – одна из крупнейших реферативных площадок, база данных которых уже превышает 20 тысяч периодических изданий. Официальный сайт на русском языке. Получить доступ к рейтингу периодики можно только после регистрации на Elsevier.

Scopus рассчитывает показатель CiteScore, который рассчитывается за 3 года.

Показатель CiteScore для журналов

В результатах смотрим 3-х летний ИФ Scopus (CiteScore как они его называют).

Для анализа значимости и популярности издания были разработаны похожие критерии, один из которых – SCImago Journal Rank (SJR). SJR рассчитывается на основе данных базы цитирования Scopus. По содержанию SJR идентичен импакт фактору, через количество цитирования он показывает престиж периодики. Полезно посмотреть исторические данные по квартилям или SJR, чтобы понимать куда движется журнал и не исключат ли его из индекса в ближайшее время.

«Слабые стороны» импакт-фактора:

- различия в периоде наращивания цитирования в различных областях (решение: применение пятилетнего ИФ, оценка оперативного ИФ);
- разный уровень цитирования отраслей наук, следовательно, показатели ИФ для разных областей наук также разные, что не допускает сравнения ИФ по всем областям;
- цитирование еще не означает высокое качество исследования.

Impact factor – современный механизм для оценки, как значимости и популярности периодического издания, так и его ценности для научного сообщества. Понимание значимости импакт фактор позволит соискателям не ошибиться в выборе журналов для публикации своих статей, а также увеличивает шансы на получение ученых степеней.

Индекс Хирша

Современному ученому очень важно иметь доказательства значимости своих трудов для науки, поэтому каждому «творцу» научных работ необходимо знать, что такое индекс Хирша. На сегодняшний день в научной сфере можно наблюдать высокую конкуренцию среди ученых. С первого взгляда достаточно трудно как-либо оценить эффективность деятельности научного работника, ведь анализ качества научных достижений - очень сложная задача, порой не поддающаяся объективной оценке. Поэтому возникла необходимость создания официального механизма количественной оценки научной деятельности с помощью определенных наукометрических показателей.

Данный показатель был предложен преподавателем Калифорнийского университета профессором физики из Сан-Диего Хорхе Хиршем совсем недавно в 2005 году. За небольшое время показатель приобрел огромную популярность в научных кругах по всему миру, определять его умеет практически каждый учёный.

Индекс Хирша является официальным численным показателем, созданным для определения справедливой оценки деятельности ученых, научных коллегий, сообществ и организаций, занимающихся научной деятельностью, или даже целого государства с точки зрения качества проведенных исследований, вычисляемого путем подсчета числа изданных статей и количества их цитирования в других научных трудах. Он создан на основе индексов научного цитирования, представляющих собой огромные базы данных исследований различных ученых.

Значение Хирша также называют h-индексом, так как обозначается он с помощью латинской буквы "h". Его расчет по формуле с первого взгляда кажется достаточно сложным, но на деле все намного проще.

Определение показателя производится следующим образом: согласно формуле, индекс Хирша автора, а также группы авторов, организации или страны равен такому числу h, которое означает количество опубликованных им/ими статей, из которых каждая цитируется не менее h раз в иных научных трудах, а каждая из других написанных статей упоминается не более h раз.

Индекс Хирша изменяется в пределах от 0 до N - количества опубликованных автором работ.

Основные свойства h-индекса

Показатель обладает несколькими основными свойствами, которые необходимо знать:

1. При наличии даже одного цитирования показатель будет больше либо равен 1;
2. При отсутствии использования статьи другими авторами его значение будет равно 0;
3. Значение никогда не может быть выше количества опубликованных автором статей;
4. При цитировании h статей минимум h раз показатель равен h;

Порядок расчета h-индекса

Для исходных данных нужно рассчитать общее число публикаций ученого и определить количество цитирований каждой из них.

Далее необходимо определить статью, которая процитирована наибольшее количество раз.

Как узнать индекс Хирша в РИНЦ (e-library)

Чтобы найти значение данного показателя, необходимо знать, какие авторы ссылаются на публикации. Для этого нужна обширная база данных, по которой определяется индекс цитирования Хирша. База данных должна быть достаточно большой, с одной стороны, а с другой - не должна позволять искусственно "накручивать" количество цитирований.

Существует несколько крупнейших баз данных научных трудов, одна из которых принадлежит России и выходит за ее пределы. На ней основан российский индекс научного

цитирования (РИНЦ), являющийся аналогом ведущих индексов цитирования Хирша во всем мире. Для работы системы РИНЦ разработан официальный сайт elibrary.ru, включающий индекс Хирша. Этот сайт представляет собой научную электронную библиотеку.

Индекс Хирша по системе РИНЦ

РИНЦ осуществляет поиск цитируемости в периодических изданиях по следующей схеме:

1. До отправки изданием сведений в библиотеку на elibrary.ru, журналом формируется отдельный файл, содержащий много информации обо всех опубликованных в отдельном номере статьях, а именно: названия, аннотации, ключевых слов, библиографических списков каждой публикации, ФИО и места работы авторов.

2. Затем этот файл загружается в library.

3. Следующим этапом проводится проверка статей специально разработанными программами, а затем и сотрудниками сайта. Так как проверка проводится людьми, это обеспечивает повышение качества, но снижает скорость проверки.

4. После проверки следует индексация. Электронная программа просматривает библиографические списки всех статей. При условии нахождения цитируемости программа добавляет единицу к количеству цитирований публикации.

Посмотреть актуальные результаты подсчетов цитируемости работ автор может раз в год: каждый год показатель рассчитывается заново.

Как узнать индекс Хирша в Web of Science?

Web Of Science (WOS) - один из основных международных индексов, создан раньше других в 1960 году. Он представляет собой часть огромной платформы ISI Web of Knowledge, поддерживается организацией Thomson Reuters (США). "Web Of Science (WOS)" - название электронной версии показателя "Science Citation Index", учитывающего научные работы более 9 тысяч периодических изданий по естественным, гуманитарным и социальным наукам. Система WOS работает с публикациями, изданными на английском и немецком языках.

Статьи, опубликованные в таких изданиях, признаются Высшей аттестационной комиссией, поэтому любому научному деятелю во всем мире полезно обладать информацией о поиске данного показателя в Web Of Science. Стоит отметить, что регистрация на сайте - платная услуга в отличие от library, где доступ к информации свободный. Последовательность действий такая:

1. Пройти на сайт webofknowledge.com, зарегистрироваться (платная услуга) и пройти по ссылке Author Search;

2. Ввести фамилию и нажать кнопку Finish Search;

3. Нажать кнопку Create Citation Report и найти значение нужно показателя.

Работа с ресурсом платная, поэтому перед оплатой услуг стоит задуматься, так ли необходим именно этот информационный источник, или можно воспользоваться другим бесплатным, особенно, если речь идет об однократном использовании.

Как узнать индекс Хирша в Scopus?

Расчет индекса Хирша возможен и в системе Scopus. База данных Scopus является прямым конкурентом WOS. Она создана позже WOS в 1995 году, поддерживается компанией под названием Elsevier и работает более чем с 25 тысячами журналов, из которых только около 200 - российские. Россия считает "дорогим удовольствием" оплачивать много подписок на зарубежные системы, поэтому в них всегда участвует маленькое количество российских изданий. Также значимым для России ограничением выступает языковой барьер (Scopus считает показатели для статей на английском языке). Эта крупнейшая база обновляется каждый день, что дает высокую актуальность оценки авторских трудов. Система Скопус работает, в основном, с научными трудами в сфере естественных наук (химия, биология).

Работа с данной системой также платная. Алгоритм нахождения в Скопус рассматриваемого показателя таков:

Пройти на scopus.com, нажать на Author search и ввести данные исследователя;

- Найти нужного автора в открывшемся списке, затем нажать на количество его публикаций в поле Documents;
- В списке статей выделить их все и нажать View citation overview, где можно будет посмотреть нужный показатель.

Как повысить индекс Хирша?

Помимо естественных (честных) методов его повышения существуют искусственные (хитрые) способы, предполагающие искусственную накрутку показателя. Часто ученые вступают в сговор друг с другом для взаимной цитируемости, чтобы повысить свою "привлекательность", или вовсе цитируют себя сами в других выпускаемых исследованиях. Чрезвычайно высокие величины показателя вызывают сомнения в научных кругах, поэтому таких авторов проверяют специально собранные комиссии.

Повысить привлекательность своих работ можно и честными способами. В качестве "честных" методик повышения профессиональной популярности и цитируемости ученым можно посоветовать:

- Публиковать статьи высокого уровня с хорошим качественным содержанием, чтобы на них хотелось ссылаться другим;
- Писать научные труды вместе с коллегой, статьи которого имеют высокие показатели;
- Находить интересные востребованные темы;
- При далеко не маленьком тексте работы обращать внимание на хорошо подобранное содержание статьи, чтобы заинтересовать других дочитать до конца и сослаться на нее в своем труде;
- В случае маленькой заинтересованности работами при каждой возможности распространять информацию о хорошо написанных статьях в том или ином журнале (самореклама);
- Не обязательно публиковать много статей, главное - следить за их высоким качеством;
- Тщательно соблюдать требования к оформлению, перед отправлением на публикацию хорошо проверять.

Достоинства индекса Хирша:

1. позволяет отсеивать т.н. «случайных соавторов»;
2. будет высоким лишь для тех, у кого достаточно публикаций, и все они (или, по крайней мере, многие из них) достаточно востребованы, т.е. часто цитируются другими исследователями,
3. будет одинаково низким как для автора одной сверхпопулярной статьи, так и для автора множества статей с малым количеством цитирований.

Критика индекса Хирша:

1. иногда даёт неверную оценку значимости исследователя. Например, короткая карьера учёного приводит к недооценке его работ;
2. значение показателя существенно зависит от области науки. В биологии и медицине h-индекс намного выше, чем в физике, химии или инженерных областях;
3. не позволяет учитывать единичные высоко цитируемые статьи автора, если все остальные не являются таковыми.

Следить за своим значением Хирша следует всем научным деятелям, которым не безразлично место в науке среди других ученых. Высокая популярность проведенных исследований обеспечивает уважение и почет в научных кругах.

Другие индексы

SCIMAGO JOURNAL RANKING ПО SCOPUS (SJR) - рейтинг журналов, учитывающий:

- общее количество цитирований;
- взвешенные показатели цитирований по годам;

□ качественные показатели (авторитетность ссылок в зависимости от уровня цитирующего журнала - вес ссылки в журнале Nature на статью в журнале «А» будет отличаться от веса ссылки на ту же статью в журнале «Вестник N-ского университета»).

Наукометрические показатели публикационной деятельности ученого:

□ общее количество публикаций (не учитывается фактор востребованности и значимости данных публикаций);

□ общее количество цитирований (не учитывает случайный характер ссылок на одну статью и временной интервал востребованности - «парадокс Лобачевского»).

В индексах цитирования рассчитываются показатели цитируемости авторов, группы авторов, публикаций.

Количество публикаций

Показатель научной производительности автора, группы авторов. Позволяет определить, сколько было проведено исследований, закончившихся научной публикацией в рейтинговых журналах.

Суммарная цитируемость

Показатель научной влиятельности или авторитетности. Включает полное количество ссылок на работы, где данный человек фигурирует в качестве автора или соавтора. Индекс не делится на число соавторов, самоцитирования не вычитаются. Этот подход выбран не по принципиальным, а по техническим причинам - он упрощает и сокращает по времени задачу поиска и анализа. Подсчет же «чистого» показателя цитируемости – это зачастую сложная, кропотливая работа. Важно отметить, что посчитанный показатель может быть не совсем верным для обладателей популярных фамилий (Иванов, Петров, Сидоров и т.д.), так как отсеивание однофамильцев требует дополнительной работы.

Следует отметить, что при оценке персонального показателя цитируемости следует руководствоваться правилом сравнения подобного с подобным. Так, не имеет смысла сравнивать показатели и отчеты профессора, занимающегося наукой 50 лет, с большим количеством публикаций, и молодого аспиранта, опубликовавшего 4–5 статей, так же как некорректно было бы сравнивать показатель цитируемости исследователей разных сфер науки.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Сколькими группами стандартов представлена современная система стандартов в области библиотечно-информационной деятельности?
2. Какие качества являются определяющими культуру научной речи?
3. Литературный обзор – это?
4. Какая часть доклада занимает наибольшее количество времени в выступлении?
5. Что относится к элементам описания литературного источника?

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.1. Туризм в системе научного знания

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;

– применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Функциональные особенности науки о туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Особенности научных исследований в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.1. Предварительный анализ данных, описательная статистика

Текст лекции.

Функциональные особенности науки о туризме

В науке о туризме познание действительности опирается на достоверные знания объективных законов природы, общества и деятельности человека, где важную роль играют следующие функции.

Познавательная функция науки о туризме состоит в том, что она основана на фактах, обоснована логически и математически, проверена на практике, познание направлено на дальнейшее развитие видов и форм туризма.

Мировоззренческая функция науки о туризме состоит в том, что она дает возможность построить достоверную картину мира, составляющую основу ориентации людей, общества в целом, составляет основу рациональной организации жизнедеятельности человека и общества, подчиняющихся объективным законам.

Нормативно-регулирующая функция науки о туризме состоит в том, что ее цель – рациональность, т.е. точный расчет действий, жизнедеятельности в целом, объективная оценка результатов, обоснованный прогноз.

Материально-производственная функция науки о туризме определяется тем, что она способствует формированию производительных и творческих сил общества.

Управленческая и образовательная функции науки о туризме состоят в том, что они способствуют развитию техники, технологиям, подготовке специалистов к управлению. Научные достижения позволяют успешно управлять персоналом на турпредприятии, обеспечивать связь с населением, исследовать потребности, отношения, мотивацию и удовлетворенность туристов от путешествий и экскурсий.

Прогностическая функция науки о туризме состоит в том, что она позволяет предвидеть будущее: каким будет социально-экономический потенциал государства, а, следовательно, как будет развиваться туризм в индустрии гостеприимства.

Особенности научных исследований в туризме

На характер научных исследований определяющее влияние оказывает специфика закономерностей туризма, которая представляет собой процесс социальных отношений, когда конкурирующие стороны преследуют свои цели, предпринимают меры по завоеванию рынков сбыта услуг и дезорганизации действий соперников. Эта особенность туризма как объекта исследования приобретает в современных условиях новое качество, оказывая существенное влияние на развитие теоретических его основ, содержание эффективного управления персоналом.

Российский рынок вскрыл наиболее характерные особенности услуг. Был период, когда расчет делался на быстрое получение прибыли, за счет инициативного туризма, т.е. за счет только отправления отдыхающих на зарубежные курорты. Это был первый этап деятельности турпредприятий, ошеломляющее воздействие на соотечественников, для которых были открыты двери за границу. Однако слабая законодательная база повлекла за собой слабое государственное управление туристской отрасли. После стабилизации выездного туризма появление на рынке услуг крупных туркомпаний изменило существующее положение. Поставленные ими цели открыли широкие возможности для дифференциации сегментов рынка как достижения стратегических задач. Исходя из сказанного, перед турбизнесом встает вопрос дальнейшего совершенствования высокой рентабельности турпредприятий, что является процессом объемным и непрерывным за счет изысканий эффективных путей совершенствования туристской деятельности.

Качественные изменения в туризме, происшедшие в России, резкое возрастание конкуренции, появление большого количества туроператоров позволяют крупным туркомпаниям быстро менять соотношение сил: проектировать, формировать новые виды турпродукта с учетом отдельных групп потребителей, наносить ощутимые удары своим конкурентам, в короткие сроки захватывать инициативу действий и прочно удерживать ее в своих руках.

Эта особенность турбизнеса, его динамичность и маневренность оказывают существенное влияние на теорию и практику научного познания туризма, на управленческую деятельность руководителей турпредприятий и персонала.

Противодействие конкурентов заключается в сокрытии своих планов, сил и средств, возможности «выброса» на рынок эксклюзивных услуг, что обуславливает тактическую неопределенность. Установить истинность, достоверность сведений о новом турпродукте, восполнить недостающую информацию не всегда представляется возможным.

Тактическое искусство руководителя состоит в том, чтобы уметь по неполным, отрывочным, порой противоречивым данным воссоздать истинную картину рынка спроса и предложений, принять своевременное решение, эффективно управлять, чтобы противостоять натиску конкурентов.

В практической деятельности первостепенное значение имеет временной фактор. Процесс управления предприятием характеризуется противоречием между увеличивающимся потоком информации и все большим сокращением времени для ее анализа, обобщения и принятия решения. Перед научным исследованием встает задача изыскать эффективные пути разрешения данного противоречия, правильно оценивать фактор времени в интересах повышения качества деятельности, успешной организации в своих действиях, в совершенствовании методов обучения персонала проектированию и формированию новых турпродуктов.

На познавательную деятельность руководителя в практической деятельности существенное влияние оказывают постоянная конкуренция, высокая степень ответственности за принимаемые решения. Психологический фактор в рыночных условиях – важный предмет научного исследования.

Важной особенностью туризма является то, что он относится к частному сектору хозяйствования. В деятельности турпредприятий происходят изменения в социально-экономической обстановке, совершенствуются туристская техника, транспорт, качество

обслуживания в гостиничных комплексах, структура отдыха и экскурсий. После окончания финансового года составляется балансовый отчет, что оказывает воздействие на характер продаж турпродукта и способов его продвижения (реклама, выставки-ярмарки, конкурсные торги).

Особое значение в научных исследованиях в туризме приобретают точность прогнозирования его развития, объективная истинность теоретических выводов. Если на первых этапах туристской деятельности руководители могли устранять недочеты в ходе реализации турпродукта на рынке услуг, то в настоящее время теоретические вопросы туризма разрабатываются до начала выхода на рынок.

На научные исследования в турбизнесе существенное влияние оказывают не только специфика отражаемого объекта, но и уровень знаний о нем, степень проникновения в его сущность.

Источник: https://bstudy.net/696323/turizm/kontrolnye_voprosy_zadaniya

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. К общей структуре гипотетико-дедуктивного метода относятся:
2. Результатом использования какого метода является конкретное знание, обогащенное знанием всех основных элементов целого и их существенных связей:
3. Восхождение от абстрактного к конкретному – это:
4. Приведите примеры влияние динамичности и маневренности индустрии на специфику проведения исследований
5. Дайте характеристику качественным и количественным изменениям происходящим в индустрии

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.2. Науки о туризме

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Методологические подходы к исследованию в туристской деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной

		связи
2.	Методика научных исследований в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Использование общенаучных методов исследования в туристской деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Теоретические и эмпирические методы исследования в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5.	Значение научных дисциплин при методологическом исследовании	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия: Тема 3.2. Науки о туризме

Текст лекции.

Методологические подходы к исследованию в туристской деятельности

В науке о туризме ученые и специалисты в своих исследованиях опираются на общую, специальную и частную методологию.

Общая методология обеспечивает правильные и точные представления об общих законах развития туризма, его своеобразии и составляющих компонентах, а также месте и роли в нем тех явлений, которые изучают ученые и специалисты. В ее основе лежит диалектический подход к пониманию сущности туризма. Данная методология исходит из материальности окружающего нас мира, в котором материя находится в непрерывном движении, развитии. Движущие силы развития окружающего мира (материи) подчиняются законам диалектики – единства и борьбы противоположностей, перехода количественных изменений в качественные, отрицания отрицания.

Специальная методология позволяет формулировать законы и закономерности, относящиеся к своеобразию формирования, развития и функционирования феноменов, которые исследуются. Данная методология при исследованиях конкретных явлений и процессов в туризме позволяет применять соответствующие методы и принципы, методики, способы и приемы, чтобы определить конечные результаты исследований.

В основе специальной методологии лежат следующие принципы:

научность – основывается на общенаучном знании и строится с учетом достижений смежных наук, например, экономики, юриспруденции, управления, информатики и социологии;

наглядность – реализуется в основных методах обучения, опирающихся на необходимость создания зрительного образа, что способствует лучшему его усвоению и запоминанию;

доступность – базируется на учете особенностей персонала, возможности усвоения того или иного уровня сложности содержания обучения туристской деятельности;

единство теории и практики обучения – основывается на диалектике и реализуется в процессе деятельности, предусматривающей обязательность достижения уровня практического применения полученных знаний для полного и точного их усвоения;

воспитывающий характер обучения – обуславливается совпадением направлений обучения и воспитания, поскольку обучение направлено на формирование личностных качеств у специалистов, что реализует основную цель воспитания.

Частная методология представляет собой совокупность методов, способов, приемов и методик исследования конкретных явлений туристской деятельности, которые составляют объект и предмет ее анализа. В ее основе лежат следующие принципы:

детерминизм – причинная обусловленность психических процессов, происходящих во время освоения видов и форм туризма, явлений и процессов по качественному обслуживанию потребителей, получению прибыли;

единство сознания и деятельности – показатель единства развития сознания и деятельности, когда сознание возникает, развивается и проявляется в деятельности;

развитие – показатель неразрывной связи туризма с другими отраслями наук и общего развития – интеллектуального, эмоционального, социального;

личный подход в обучении – ориентирование исследователей на изучение индивидуальных и социально-психологических особенностей специалистов.

Рассмотренные принципы методологии дают представление: о движущих силах развития науки о туризме, о социальной обусловленности развития и совершенствования деятельности специалистов.

Роль методологии при исследовании туристской деятельности

Предметом исследования в теории туризма является туристская деятельность, задачами которой являются: изучение туристских мероприятий (экскурсий и путешествий); прогнозирование развития видов и форм туризма; моделирование характеристик новых туристских центров; восстановление функций организма в процессе туристских мероприятий, экскурсий и путешествий.

Методология исследования туристской деятельности позволяет обосновать научный подход к изучению и решению теоретических и практических вопросов туризма.

Методологическая оценка туристской деятельности помогает определить вероятного конкурента на рынке услуг, экономическое и техническое состояние турпредприятия, предполагаемые способы его развития и ведения конкурентной борьбы, стратегию и тактику деятельности специалистов.

В основе методологии лежит изучение туризма как общественного явления, которое носит активный и творческий характер, поскольку происходит в процессе целенаправленной практической деятельности людей. В путешествиях и экскурсиях деятельность людей обогащается новым опытом в результате знакомства с новыми достопримечательностями.

Изучение туризма на практическом уровне не раскрывают сущности его исторического развития, однако постоянно используются в повседневной жизни. Изучение туризма на теоретическом уровне ставят своей задачей понимание сущности изучаемых явлений в форме категорий, законов, научных теорий, а также в виде абстракций, отражающих глубокие существенные взаимосвязи материального и духовного мира.

Целью туристской деятельности является подготовка высококвалифицированных специалистов, способных создавать турпродукт, а также получить прибыль от этой деятельности.

Субъектами туристской деятельности являются специалисты, потребители услуг как носители определенных общественных и производственных отношений, а также накопленные знания и опыт в данной сфере деятельности.

Основные принципы методологии туризма

Задача методологического исследования туристской деятельности – показать пути изучения экономических, социальных, культурных и иных проблем, определить и оценить методы и принципы познания, не допускать ошибочных выводов, ложных теоретических концепций.

Основными принципами методологии туризма являются объективное и субъективное туристской деятельности.

Туризм как социально-экономическое явление взаимодействует с объективными и субъективными условиями, внешними и внутренними факторами.

Объективность туристской деятельности связана с тем, чтобы:

- дать теоретическое обоснование эффективного ведения турбизнеса в условиях рынка;
- выработать теоретические концепции, соответствующие общественно-экономическим установкам государства и уровню научно-технического прогресса;
- определить способы совершенствования ведения внутреннего, въездного и выездного туризма;
- изыскивать действенные пути дальнейшего развития видов и форм туризма в регионах России.

Например, в исследовании причин и сущности возникновения новых видов туризма, их развития специалисты должны исходить из анализа материальной основы социально-экономического развития, которая определяет все стороны туристской деятельности. Такой основой является развитие производительных сил и производственных отношений. Экономическая эффективность ориентирует менеджеров на выяснение реальных фактов, обязывает придерживаться объективного анализа отдельных сторон деятельности в туризме, а проверка теоретических положений на практике дает им уверенность в правильности принимаемых решений.

В исследовании применяются отдельные методы других наук, сопряженных с туризмом, особенно экономические, социальные и медицинские.

Туризм включает в себя широкий круг сложных по своей сущности и структуре явлений, имеющих социально-политическую, экономическую и техническую стороны, их количественную и качественную характеристики.

В туризме в той или иной мере используются методы смежных наук. Например, менеджеры и маркетингологи изучают и осваивают методы наук, которые взаимодействуют с туризмом, например, стратегическое управление предприятием, лицензирование, стандартизация, сертификация, финансы и кредит, бухгалтерия. Компетентность в этих и других областях знаний требует непрерывного совершенствования профессиональной подготовки, расширения кругозора, развития общей научной эрудиции.

Исследование современного туризма невозможно без умелого использования достижений информатики, телекоммуникаций, математики, компьютерной техники и применяемых в них методов.

Знания как результат научного познания определенных видов туризма представляют собой объективную действительность. Например, вне сознания человека существуют такие социальные явления и конкретные ситуации, которые отражаются в его мозгу в виде определенных мысленных образов. Соответствие образа отражаемой в нем действительности характеризует степень объективности его содержания. Например, круиз на комфортабельном морском лайнере вокруг Европы как образ воспроизводит наиболее общие признаки,

характерные черты реального, его закономерности, объективно существующие в действительности. Знания о реальных условиях круиза могут сформироваться только в ходе морского путешествия.

Знания, существующие в сознании в виде идеального отражения, являются субъективными. Соответствие образа отражаемой в нем объективной действительности, например, в рафтинге (экстремальный вид туризма), имеет относительный характер. Его полнота, точность, адекватность могут быть различными, что зависит от горной реки, времени года, сложности и риска для жизни. Здесь проявляется соответствующий образ: в субъекте – личность туриста, в объекте – рафтинг как экстремальный вид туризма.

Субъективность в туристской деятельности характеризуется тем, что человек создает образы, отражающие существующую и будущую действительность: проживание в отеле и качественное обслуживание, знакомство с интересными людьми или народными промыслами региона.

Специалист турпредприятия в своих исследованиях может опережать действительность, что является основой творчества прогноза. Если бы исследование не было способно опережать действительность, специалист не имел бы возможности преобразовывать ее в соответствии со своими потребностями.

Субъективность образа, получаемого в процессе исследования, является причиной возможного искажения, одностороннего, субъективистского отражения действительности. Ошибочное знание, если это не преднамеренная ложь, есть отражение субъективного образа действительности. В этом случае в содержании образа дается преувеличение, абсолютизация или, напротив, преуменьшение какой-либо одной из сторон действительности. Например, недооценка значения космического туризма по сравнению с обычными видами туризма может задержать создание транспортных средств для доставки туристов на орбиту Земли, медицинские исследования по адаптации человека к невесомости.

Типичной ошибкой при анализе рынка услуг является искаженное представление о возможностях конкурентов. Субъективизм в данной сфере деятельности, как показывает практика, проявляется часто и пагубно отражается на рентабельности хозяйствования турпредприятия.

Методика научных исследований в туризме

Содержание исследований в области туризма. К содержанию исследований в области туризма относят: изучение состояния проблемы, постановка целей и определение задач, выработка гипотезы исследования, подбор методов и методик экспериментов, их апробация. При этом необходимо учитывать факторы, влияющие на эксперимент, логическую и хронологическую схему исследования, выбор контингента и количества испытуемых, определение необходимого числа измерений (наблюдений), обработку полученных результатов. Важным также является обеспечение места проведения исследования, изолированного от внешних помех, и подготовка технического оснащения исследования, обеспечивающего решение поставленных задач.

Исследование включает в себя: сбор фактических данных, обеспечивающих достоверность выводов; проведение серии экспериментов; теоретическую и количественную обработку полученных результатов – определение средних величин, меры, рассеивания данных, коэффициентов корреляции, построение графиков, таблиц, диаграмм; качественный анализ и синтез полученных в ходе исследования данных; интерпретацию данных и формулирование выводов.

В ходе исследовательской деятельности необходимо руководствоваться принципом «истинность – ложность». Результатом научной деятельности может быть описание реальности, объяснение предсказания процессов и явлений, выраженных в виде текста, структурной схемы, графической зависимости, формулы. Истина – это верное, правильное отражение действительности в мысли, критерием которого является практика.

Этапы исследований. В связи с необходимостью повышения уровня достоверности исследования необходимо определить этапы исследования: во-первых, сформулировать ту или

иную проблему туризма с использованием научного познания реальности; во-вторых, определить меру неизвестного в известном с использованием терминов научной дисциплины.

Важным этапом является формулирование проблемы, т. е. выявление необходимой информации для описания или объяснения реальности. Приступая к формулированию проблемы исследования, необходимо определить, к какому виду или явлению туристской деятельности она относится.

Предметом исследования в туризме могут быть: взаимосвязи фактов турбизнеса с гостиничными комплексами и транспортными услугами; закономерности экономического развития в стране и в мире, тенденции социокультурного опыта специалистов. В туризме изучаются закономерности овладения знаниями в учебных учреждениях, овладение умениями и навыками на турпредприятии, исследуются закономерности формирования творческого активного мышления потребителей услуг, изменения психики в процессе туристской деятельности.

Важным этапом исследования является также определение меры неизвестного в известном, степень ее актуальности для теории туризма. Надо осуществить экспертизу степени и характера изученности проблемы исследования, т.е. поиск значимой информации о теоретических источниках, а также о смежных с туризмом науках. Исследование должно основываться на изучении состояния проблемы не только в теории, но и на практике.

Виды исследований. В основе эмпирических исследований лежат достоверные факты, сбор и анализ которых осуществляется с использованием определенных методов, основанных на наблюдении и изучении туристской деятельности. Эмпирические исследования не предполагают создания искусственной, экспериментальной ситуации для выявления и сбора необходимых фактов. Этими фактами являются реальные события в туризме, происшедшие в процессе туристской деятельности. Их анализируют и делают выводы о происходящих событиях.

Эмпирическое исследование может быть описательным и объяснительным.

При описательном исследовании отражают факты, касающиеся малоизученных объектов или явлений в туризме.

Объяснительное эмпирическое исследование включает в себя сбор и анализ фактов, объяснение причин и причинно-следственных зависимостей между фактами, с помощью которых неизвестное событие или нетипичный результат объясняется с позиций фактов уже известных.

Обзорно-аналитическое исследование может носить критический характер и называться обзорно-критическим. В этом случае, кроме обязательной обзорно-аналитической части, в нем должна быть представлена подробная и аргументированная критика того, что уже предпринято по проблеме, и сделаны соответствующие выводы.

Обзорное исследование может содержать и собственные размышления автора по поводу того, что описывается в нем, в том числе идеи, касающиеся возможного решения поставленной проблемы.

Таковыми размышлениями может перемежаться текст реферата или они могут быть выделены в отдельный его раздел, являющийся переходным между обзорно-аналитической, обзорно-критической и конструктивно-теоретической частями работы.

Ученый может провести теоретическое исследование, в котором кроме обзора и критического анализа литературы имеются собственные предложения, направленные на решение поставленной проблемы, что может явиться авторским вкладом в теорию решаемой проблемы, новым ее видением, оригинальной точкой зрения.

К теоретическому исследованию предъявляются следующие требования: точности определения используемых понятий и логичность, непротиворечивость рассуждений. Особенностью теоретического знания является его обобщенность и абстрактность, отличающиеся своей системностью. Изменение части этого знания ведет к изменению системы в целом. К методам теоретического исследования относят: восхождение от

абстрактного к конкретному, анализ и синтез, структурно-системный подход, индуктивно-дедуктивный подход, моделирование, историко-логический метод.

Формулирование темы исследования – один из этапов в деятельности ученого: уточняется тема с учетом конкретной научной или практической потребности. Название темы должно, по возможности, кратко отражать суть решаемой проблемы. Двусмысленность и неопределенность в формулировке темы недопустимы. Последствия этого будут сказываться на всех этапах исследования, в частности при формулировании рабочих гипотез.

Цели и задачи исследований. На основе результатов изучения состояния проблемы определяются цель и задачи. Исследовательскими называются те промежуточные и конечные цели, которые должны быть достигнуты в итоге исследований. Промежуточные цели – это оценка уровня ресурсного обеспечения турпредприятия, функционирования его на рынке услуг в момент проведения экспериментальной работы.

Задачи представляют собой последовательные этапы организации и проведения исследования с начала и до конца.

Задачами исследования, преследующего подобную цель, могут быть: конкретизация проблемы, изучение связанной с ней литературы и практики; уточнение гипотез исследования; выбор методов диагностики процессов; разработка методики формирующего эксперимента; разработка плана и программы эксперимента, его проведение, обработка и анализ результатов эксперимента; формулирование теоретических выводов и практических рекомендаций.

Цели и задачи формулируют определенно и четко, иначе невозможно будет установить степень их реализации. Задачи исследования должны быть адекватны основной цели исследования, которой подчинены промежуточные цели.

Название темы должно соответствовать задачам. Это соответствие устанавливается после ряда этапов. Сначала дают общее название темы и определяют задачи, исходя из познавательных и практических потребностей. В дальнейшем название темы влияет на поставленные задачи, а задачи – на название темы. Постепенно путем последовательного исследования достигается уточнение и темы, и задач.

Число задач исследования в туризме обычно колеблется от 3 до 6. Если их меньше, то они в значительной степени сливаются с темой, в малой степени – конкретизируют ее. Если их больше, то может быть потерян общий смысл, возрастет неопределенность, утратится целенаправленность исследования.

Выбор метода исследования

Методология как учение о методах исследования в туризме составляет совокупность взглядов, результат познания и осмысления практики жизни, что позволяет теоретические суждения об изучаемых явлениях и процессах в данной сфере деятельности. Для изучения туризма как вида деятельности людей, как успешно развивающейся отрасли мирового хозяйствования проводят исследования с помощью различных методов.

В любой научной дисциплине применяется совокупность определенных методов, относящихся к различным «уровням» методологии. Привязать какой-либо метод к определенной дисциплине довольно сложно. Тем не менее, каждая дисциплина опирается на ряд методов.

Важнейшими критериями, определяющими выбор того или иного метода исследования или (комплекса методов) являются, а также особенности исследуемой проблемы (явления или процесса) (содержание, сложность, типологическая принадлежность, взаимозависимость ее от других проблем, время возникновения и особенности развития, месторасположение проблемы).

Выбор того или иного метода исследования зависит также от возможностей, которыми располагает организация (наличия квалифицированных кадров-исследователей, материальных и финансовых ресурсов, времени, необходимого для исследования данной проблемы, наличия соответствующих информационных технологий).

Таким образом, важнейшими ограничениями и условиями, определяющими выбор и использование того или метода исследования управления, являются: особенности

исследуемой проблемы (сложность, содержание, срочность решения и т.п.), возможности предприятия (наличие финансово-материальных, трудовых ресурсов).

Требования к методам исследования в туризме

Главные требования к методам исследования в туризме можно сформулировать следующим образом:

1. Постоянное обогащение теории туризма имеет большое практическое значение в совершенствовании методов научного познания. Каждый новый этап в развитии туризма требует совершенствования методов научного исследования, поиска новых путей в решении теоретических и практических задач. Познание в этой области с объективной необходимостью приводит к применению и обновлению в науке о туризме следующих методов: экономико-математических, психологических, социальных, моделирования и проектирования.

2. Методы научного исследования должны отражать сущность изучаемого объекта, специфику самого познавательного процесса. Эти методы науки многообразны, они строятся с использованием комплекса других наук, например, философии и социологии, истории и психологии, экономики, управления и права.

3. Методы научного исследования не должны нести в себе тех целей, стремлений, задач, которые ставят перед собой специалисты, а также не должны соответствовать уровню их подготовки, направленности исследования. Влияние целей научного исследования на методы исследований проявляется в выборе приемов и способов изучения и отбора материала, подлежащего изучению, в постановке проблемных вопросов, в содержании и объеме выполняемой работы. Выбор методов исследования в туризме зависит от специалистов, их интеллектуальных возможностей и таланта, от социальных условий.

Методы исследований, используемые в туризме, условно можно классифицировать и объединить в группы по степени их общности и содержания.

Диалектический метод играет ведущую роль в совершенствовании знаний о туризме, поскольку отражает общие законы развития и познания всех явлений действительности. Все другие методы могут применяться с наибольшим эффектом только в связи с диалектикой и на ее основе.

Специальные методы научного познания логически подчинены диалектическому методу, вытекают из него, руководствуются им. Специальные методы в туризме сформулированы в результате практической деятельности. С их помощью можно изучать сегменты туризма, взаимосвязи его с искусством, народным творчеством, зодчеством и др.

К числу специальных методов научного исследования можно отнести маркетинг туристской рекламы, онлайн-маркетинг, продвижение турпродукта на выставках и ярмарках.

По характеру выполняемых задач можно использовать такие методы, как прогнозирование развития туризма в регионах Российской Федерации, перспективное бизнес-планирование, привлечение инвестиций в развитие туризма малых городов страны, изучение ретроспективного опыта работы туроператоров с точки зрения требований глобального развития туризма, космического туризма.

Специфика познавательной деятельности человека и ее особенности применительно к туризму находят свое выражение в общенаучных эмпирических и логических методах, применяемых в научном познании. Наблюдение и эксперимент, анализ и синтез, сравнение и аналогия, восхождение от абстрактного к конкретному, единство, исторического и логического подхода – все это богатство методов, в основе которых лежат закономерности отражения действительности в сознании человека. В соответствии с особенностями и задачами развития современного туризма они совершенствуются.

Использование общенаучных методов исследования в туристской деятельности

Цели и задачи научного исследования туризма вытекают из государственной политики его развития. Теоретическая разработка программ развития регионов направлена на защиту обеспечения отечественных интересов. Реалистический характер государственной политики развития туризма определяет научность и объективность теоретических концепций.

Изучение проблем туризма требует выработки комплексного междисциплинарного подхода, позволяющего использовать общие теоретические и практические методы социально-экономического и финансового анализа туристской деятельности. Современные тенденции развития науки о туризме определяются сочетанием теоретических и прикладных подходов в анализе факторного влияния на процессы туристской деятельности, сущности кластерного подхода и его роли в развитии туризма как отрасли экономики.

Развитие туризма в современных условиях делает актуальной разработку и реализацию эффективных методов изучения данной сферы как социально-культурного феномена и отрасли экономики. Важную роль в этом процессе играют общенаучные методы, которые являются универсальными по отношению ко всем наукам.

Методы анализа деятельности предприятия применяются для решения конкретных задач в сфере системы управления, организационной структуры, экономики, стратегии развития рынка услуг и др.

Общенаучные методы анализа и синтеза позволяют выявить оптимальное соотношение сил и средств, необходимых для успешного функционирования туристского предприятия.

Анализ с характерным методическим принципом деления – от целого к частному – представляет собой процесс мысленного расчленения исследуемого объекта на составные части, элементы, признаки, противоположности и изучение их для определения сущности.

В процессе синтеза, реализующего методический принцип – от части к целому – определяется мысленное сопоставление, сравнение, обобщение результатов анализа, оценки ситуации и принятие решений на основе обобщенных выводов. Например, методы анализа и синтеза используются для исследования деятельности турфирмы за отчетный финансовый год, с расчленением базы данных на трехмесячные периоды кварталов, что позволяет установить динамику показателей, выявить ресурсные возможности в достижении экономического эффекта, определить взаимосвязь между финансовыми результатами и процессом факторного воздействия на процесс деятельности туристского предприятия.

Среди методов анализа эксперты выделяют наиболее эффективные – факторный, логический, контент-анализ, эмпирический.

Метод факторного анализа в туризме направлен на анализ динамики потребительского спроса на турпутевки.

Логический анализ – предназначен для определения совокупности понятий, которые позволяют охарактеризовать предмет исследования, поиск отличительных признаков, эмпирических индикаторов, позволяющих провести измерение качественных параметров исследуемого объекта, например, туристского продукта посредством интерпретации содержания, структуры, соответствия информационному запросу клиента.

Метод контент-анализа осуществляет анализ содержания. Определяется как формализованный метод изучения текстовой и графической информации, перевода полученной информации в количественные показатели и ее дальнейшей статистической обработке. Характеризуется строгой систематизацией данных. Объектом контент-анализа является содержание различных видов деятельности в турбизнесе, документальные источники. Метод используется также как вспомогательное средство при анкетировании, наблюдении, тестировании, маркетинге.

Эмпирический метод – это процесс разделения объекта исследования на простые элементарные части. Используется при накоплении и обработке информационной базы данных по проблеме. Метод теоретического анализа предполагает выделение в объекте основного и существенного. Этот метод включает в себя результаты абстрагирования, формализации. Метод теоретического синтеза реализует функцию расширенного исследования, моделирования, конструирования нового производного в качестве обобщения, вывода, сущностного определения. К методам познания потенциальных возможностей туристического предприятия относятся: метод сравнения, метод абстрагирования, метод обобщения. Рассмотрим механизм использования данных методов в исследовании.

Метод сравнения позволяет выявить признаки сходства и различия между исследуемыми видами туризма или сравнить деятельность двух туристических предприятий на основе сравнительного анализа экономических или финансовых показателей, что позволяет в свою очередь выявить закономерности и специфику развития. При проведении сравнительного анализа важно учитывать следующие рекомендации, выработанные на основе практического опыта экспертов: сравнение проводить между типовыми показателями или соизмеримыми данными, фактами; при сравнении определять признаки сходства и отличий между анализируемыми показателями; для сравнения необходимо использовать показатели, имеющие существенное значения для деятельности туристского предприятия.

Метод абстрагирования позволяет выявить типичные связи и отношения в туризме, не учитывая частности. Этот метод предполагает восхождение от абстрактному и конкретному. В результате использования метода абстрагирования можно получить абстрактные знания обобщающего характера об отдельных закономерностях ведения турбизнеса, общих целях сторон, причинах событий в изучаемом сегменте рынка туристских услуг и их сущности.

Метод обобщения направлен на мысленный переход от единичного к общему, с учетом закономерности общности связей и явлений. В результате обобщений выстраивается стройная концепция исследуемого явления.

Теоретические и эмпирические методы исследования в туризме

Процесс развития знаний о туризме определяется многообразием связей, постоянным обновлением турпродукта, совершенствованием деятельности персонала, изменениями социально-экономических отношений в стране и мире.

В туризме можно выделить следующие основные направления научных исследований: теоретические, эмпирические и практические.

Теоретические исследования. Теоретические исследования направлены на обнаружение нового в изучаемом явлении, установление таких его свойств и тенденций, которые еще не нашли отражения в теории и практике туризма. Его назначение состоит в раскрытии закономерностей развития туризма, его отдельных форм и видов. На этой основе можно определять, например, востребованность услуг на рынке, направленность подготовки специалистов в сфере туризма.

В теоретических исследованиях выявляются сущность процессов, законы, лежащие в их основе, новые направления в развитии отдельных сегментов туризма.

На основе теоретических исследований происходят совершенствование методов управления турпредприятиями и подготовка высокопрофессионального персонала.

Результаты теоретических исследований служат базой разработки нормативно-правовых документов, целевых программ, уставов предприятий, в которых в концентрированном виде отражается опыт туристской деятельности в отдельных сегментах рынка и прогноз их будущего развития. Следовательно, формулируются новые требования к подготовке специалистов, проектированию новых туристских программ, принципы стойкого функционирования на рынке услуг.

Теоретические исследования являются логической основой научного анализа конкретных процессов, оценки своих ресурсов, возможностей конкурентов, принятия обоснованных практических решений, управления предприятием.

Эмпирические исследования. Эмпирические исследования имеют своим назначением накопление нового фактического материала, его объяснение и обобщение в рамках существующей теории о туризме.

Известно, что туризм развивается динамично, поэтому эмпирические исследования занимают большое место в деятельности ученых и специалистов. Чем богаче и разнообразнее практика и возможности экспериментирования, тем быстрее наука о туризме может накапливать необходимое количество фактов, являющихся эмпирическим базисом совершенствования и развития теории туризма.

Эмпирические исследования осуществляются непосредственно в ходе деятельности. На практике они направлены на получение объективных знаний об обстановке на рынке

туристских услуг и определение на этой основе наиболее эффективных способов использования имеющихся ресурсов в целях удержания своего сегмента, рынка, выявление в конкурентной борьбе своих соперников, достижение экономического эффекта, т.е. прибыли.

Содержание практического исследования в ходе реализации турпродукта складывается из следующих взаимосвязанных элементов:

- уяснение задач;
- оценка рыночной обстановки;
- принятие руководителем решения;
- постановка руководителем задач перед персоналом.

Все элементы, несмотря на их логическое единство и целенаправленность, различаются между собой по содержанию и последовательности изучения основных вопросов, методам работы руководителя и коллектива.

Уяснение задачи менеджером – это правильное осмысление роли и места своего предприятия на рынке услуг, характера действий конкурентов в процессе реализации турпродукта, наличия имеющихся ресурсов, правильный выбор способов достижения поставленной цели.

От точности уяснения задачи во многом зависит характер оценки рынка, содержание принимаемого решения.

Оценка рынка заключается в исследовании объективных условий предстоящей деятельности, благоприятствующих или, напротив, отрицательно влияющих на выполнение поставленных задач.

Объектами оценки рынка являются: конкуренты, свои слабые и сильные возможности, местные (географические) условия, где будет реализовываться турпродукт, фактор сезонности и др.

Учитываются направления деятельности, экономическое состояние отрасли, наличие потенциальных потребителей, социально-политическое состояние страны и региона, в котором функционирует турпредприятие, отношение населения к участию в туристских мероприятиях.

При оценке рыночной обстановки важно найти главные звенья, оказывающие решающее влияние на способы действий менеджера предприятия, умение маневрирования ресурсами, взаимодействия с партнерами, обеспечения поддержки и сотрудничества.

Оценка рыночной обстановки заключается не только по фактическому ее состоянию в данный момент, но и по динамике, с учетом возможных изменений конкурирующих сторон в ходе реализации турпродукта, в действиях конкурентов и своих специалистов. Это важно в условиях ожидаемого применения конкурентами эксклюзивных программ, последствием использования которого, они могут иметь приоритет в сбыте турпродукта и неожиданное изменение на рынке спроса и предложения услуг, возникновение кризисных ситуаций, создание условий банкротства прекращение деятельности.

Принятие руководителем решения на реализацию турпродукта происходит в соответствии с выводами после уяснения задачи и оценки обстановки.

В принятии решения на продвижение турпродукта определяются качество, конкуренты, устанавливаются последовательность и способы достижения главной цели – получение прибыли.

В принятии решения на использование внутренних резервов основу замысла составляют мероприятия по достижению высокой стабильности на рынке услуг и активности на рынке всех структур предприятия.

Для постановки задач перед персоналом необходимо:

- сосредоточить основные усилия на реализации туруслуг;
- определить наиболее целесообразные способы его продвижения;
- выбрать маневр туруслуг.

Отделы и службы должны обеспечить порядок взаимодействия, а также основные мероприятия по всестороннему обеспечению предстоящих продаж, организации управления предприятием.

Метод сравнения дает возможность выявить признаки сходства и различия между исследуемыми видами туризма, например, сравнить в одном из сегментов рынка услуг деятельность нескольких тур предприятий. Теоретическое объяснение исследуемых фактов становится возможным лишь путем сравнения неизвестных фактов с ранее известными. Большое значение метод сравнения приобретает для определения динамики исследуемого явления в туризме, раскрытия тенденций и закономерностей его развития. Применение метода сравнения объясняется особенностями туристской науки. Например, при разработке нового тур продукта ставятся следующие задачи: как реализовать его на рынке услуг; какое противодействие будет со стороны конкурентов, будет ли он популярен у потребителей услуг; даст ли он прибыль. Для успешного решения этих задач необходимо сравнить свои потенциальные возможности с возможностями конкурентов. На основании сходства и различия исследуемых факторов можно дать теоретическое обоснование эффективным способам продвижения тур продукта на рынке услуг.

Эксперимент в туризме выступает как способ получения достоверных данных об отдельных сторонах будущей туристской деятельности. Как метод научного исследования эксперимент дает возможность изучать всесторонние явления туризма: функционирование его видов и форм, использование ресурсов для стойкого финансового развития отрасли.

Значение научных дисциплин при методологическом исследовании

Философия. Большое значение для научного исследования туризма имеет философия, которая, обобщая достижения различных наук и практики человечества, выработала свой метод познания — диалектику. Этот метод отличается от методов изучения конкретных наук тем, что дает ключ к пониманию всех без исключения областей природы.

Философия ориентирует специалистов на исследование объективных процессов, закономерностей в их непрерывном развитии. Выступая в качестве диалектической логики, философия формирует законы и категории мышления как отражения существенных связей и процессов реального мира, определяет логический строй мыслительного процесса в решении теоретических и практических проблем туризма. Философия позволяет специалистам понимать общие законы развития природы. Законы диалектики в применении к исследованию туризма лежат в основе методов познания социальных явлений в туризме.

Методологическая функция философии в туризме заключается в рассмотрении определенной системы принципов и правил познавательной деятельности людей.

История. Для исследования туристской деятельности большое значение имеет история, понимание которой открывает путь к изучению туризма как социального феномена, порожденного общественно-экономическими отношениями, основанными на частной собственности.

Исторический подход к исследованию туристской деятельности позволяет выяснить роль отдельных личностей в развитии туризма, взаимодействие материальных и духовных сил, объективных и субъективных факторов в туризме, и тем самым обосновать пути практической деятельности специалистов по совершенствованию экономической составляющей как отдельного турпредприятия, так и туристской отрасли в целом.

Педагогика. Место и роль педагогики в туризме обусловлены тем, что туристская деятельность, основу которой составляют походы, путешествия и отдых, ознакомление с достопримечательностями, является специально организуемой деятельностью, опирающейся на особые знания и умения. Педагог должен не только давать знания о туризме, но и формировать потребность в них.

Педагогические методы в туризме отличаются характерными особенностями. Например, экскурсовод воздействует на туристов словом или показом, наблюдая за результатами своего воздействия. В туристской деятельности можно применять линейное сравнение, когда одна и

та же группа экскурсантов сравнивается сама с собой в разных интервалах времени, или параллельное сравнение, когда сравниваются две действующие группы. Из других методов чаще всего используется опрос (анкетирование), демонстрация умения.

Социология. Методологической основой социологии является утверждение того, что движущей силой развития общества является его стремление к достижению цели. Социология изучает туризм с точки зрения общественного явления, как вид социально-культурной деятельности, его роль в формировании здоровых и активных людей. Социологические исследования по глубине анализа проблем и сложности решаемых задач можно подразделить на:

- разведывательные, когда на примере малых групп решаются несложные исследовательские задачи по упрощенным программам и инструментарию (использование анкет, бланков интервью, наблюдение);

- описательные – получение целостной характеристики изучаемого процесса, когда для проведения исследований требуются значительные ресурсные затраты;

- аналитические, когда при исследовании определенного процесса выявляются его структурные компоненты и факторы, состояние, масштабы и другие характеристики.

Информатика. Информатика как специфическая сфера деятельности в системе туризма включает в себя такие методы исследования, как: регистрация и изучение туристских процедур; классификация, типизация и стандартизация процессов туризма различных стран; создание и внедрение в практику информационных метелей и технологий; систематизация информационных кодов; создание информационных технологий в проектировании и обеспечении туристских и оздоровительных услуг с использованием теле-, радио-, спутниковой, сотовой и мобильной связи; компьютерное моделирование отдельных компонентов системы туризма; создание координат для базы данных всех объектов туризма.

Отечественными и зарубежными учеными сформулирован ряд законов информатики: сохранение информации; информационное равновесие; постоянное изменение информации; информационное единство; симметризация и десимметризация информационных процессов и технологий в микро- и макромирах и другие. Например, закон сохранения информации является неотъемлемой частью жизнедеятельности туристских структур, которые имеют различную степень активности. Наиболее активными являются международные туроператоры, государственные и региональные туристские организации, учебные и научно-исследовательские заведения, готовящие специалистов в данной сфере деятельности. Их информационная компетенция распространяется на все нижестоящие уровни: турагентства, турпредприятия, гостинично-ресторанные комплексы, страховые компании, компании, занимающиеся перевозками туристов, оздоровительные центры, паспортно-визовые и таможенные структуры, службы безопасности, потребителей услуг.

Систематология. Систематология как наука об управлении охватывает туристскую деятельность, в которой важными проблемами являются: исследование управляющей и управляемой систем; изучение форм и методов управляющих воздействий; теоретический анализ самого процесса управления; исследование организации управленческого труда. Задачи, решаемые в данной сфере деятельности, включают: разработку теоретических проблем и практических вопросов управления; помощь практикам – на теоретической основе находить пути и способы успешного решения задач управления; выработку рекомендаций по совершенствованию системы управления; изучение и разработку путей комплексного применения форм и методов воздействия на персонал.

Функции управления в туризме классифицируют: по регулированию их норм – правовые и нравственные; содержанию – политические, экономические, социальные, культурные (туризм – это духовно-нравственное здоровье народа); территориальному критерию – федеральные, региональные, местные; времени действия – бессрочные и срочные; положению участников в системе управления – отношения субординации (вертикальные) и согласования (горизонтальные); сфере распространения – внутренние, складывающиеся внутри данной системы управления, и внешние, складывающиеся между различными системами управления.

В туристской практике применяются модели корпоративного управления: англо-американская, немецкая, японская, предпринимательская, характерная для стран с переходной экономикой. Каждая из перечисленных функций отличается следующими особенностями: системой социальных ценностей, ролью трудовых коллективов, способами финансирования, информационной асимметрией, инвестированием, стоимостью капитала, основной экономической единицей, типом инновации, оплатой управляющих, структурой акционерного капитала.

Метрология. Метрология – наука об измерениях, методах достижения их единства и точности. Измерения, результаты которых выражены в узаконенных единицах, а погрешности известны с заданной вероятностью, называются единством измерений. Единство измерений необходимо для того, чтобы можно было сопоставить результаты измерений, выполненных в разных местах, в разное время, с использованием разных методов и средств измерений.

Метрология имеет большее значение в повышении эффективности производства, технического уровня и качества продукции для турбизнеса. Для систематического обеспечения и улучшения качества турпродукта и услуг необходимо проводить контроль на всех этапах производственного цикла. Чтобы продукт или услуги удовлетворяли потребности клиентов, надо осуществлять проектирование и разработку в соответствии со стандартом. В этом важном деле необходимо осуществлять подбор профессионалов или обучать этому персонал.

Квалиметрия. Квалиметрия – отрасль науки, объединяющая количественные методы оценки качества турпродукта и услуг, способствует выбору методов определения показателей качества и их оптимизации. Располагая средствами и методами измерения и оценивания, квалиметрия помогает изучению общетеоретических проблем туризма (общая квалиметрия), конструированию модели и алгоритму оценки формирования турпродукта (специальная квалиметрия), формированию ценообразования турпродукта (предметная квалиметрия).

С помощью квалиметрии в туристской деятельности можно получить представление о теории количественных методов оценки, оценить качество услуг как продукта труда персонала, что является комплексным показателем качества, выявить количество неизмеримых услуг, применить внеэкономические методы оценивания. Квалиметрия позволяет определить качество турпродукта в его взаимодействии с потребительской стоимостью (экономический статус), направленность турпродукта на комплексную оценку экономических и технических свойств и процессов (технико-экономический статус), методологические и общенаучные функции категории качества турпродукта (общенаучный статус), социально-культурную ценность турпродукта в общественно-экономических отношениях (систематический статус). Количественная оценка качества турпродукта необходима для принятия обоснованных решений на всех стадиях его жизненного цикла: от маркетинговых исследований до принятия решения о снятии с производства. Квалиметрия качества позволяет определить конкурентоспособность, установить взаимосвязь качества и цены, сделать анализ качества процессов производства, определить пути совершенствования турпродукта и сокращения затрат.

Статистика. Туризм является объектом статистического исследования. Статистическое исследование в туризме является научно организованным процессом получения первичной статистической информации или планомерного сбора данных об изучаемых явлениях общественной жизни. Статистическая отчетность в туризме обеспечивает использование данных государственной статистики и необходима для принятия обоснованных управленческих решений заинтересованными пользователями, сопоставимости показателей в соответствии с отечественной и международной статистической методологией.

Классификация статистики в туризме является средством обобщения статистической информации, основой статистического анализа и использования систем показателей, необходимая для образования групп единиц изучаемой совокупности по определенным признакам, позволяет: выделять социально-экономические типы, классы, группы явлений; изучать внутреннюю структуру исследуемой совокупности; устанавливать связи между

признаками явлений. Например, классификация социально-экономических характеристик посетителей включает в себя модели поведения туристов, их потребности и расходы в зависимости от возраста, образования, доходов, общественного положения. Типизация средств размещения туристов отражает такие понятия, как виды, группы, подгруппы. К видам относятся коллективные и индивидуальные средства размещения; к группам – специализированные и индивидуальные средства размещения; к подгруппам — гостиницы, мотели, пансионаты, санатории, профилактории, дома отдыха, квартиры, коттеджи.

Статистика в туризме используется, например, в тех случаях, когда надо определить такой параметр, как въездное потребление туристами (услуги на размещение, питание и напитки, услуги турагентств и туроператоров, услуги туристских гидов, услуги предприятий культуры, организация отдыха и развлечений). Исследуются также и другие специфические направления, характерные для конкретного региона, туристской компании, гостиничного комплекса, туроператора.

Логистика. Управленческий процесс в обеспечении туристских мероприятий протекает при соблюдении правил логистики. Например, обеспечение инвентарем, оборудованием, питанием и проживанием туристов, а также перевозка их на объекты, продажа авиабилетов, страхование, оформление международного ваучера, бронирование мест в отелях и другие мероприятия осуществляются с учетом принципов и методов логистики, представляющих собой логистическую систему.

Логистическая система в турбизнесе – это довольно сложная организационно завершенная экономическая система, состоящая из взаимосвязанных в едином процессе управления элементов-звеньев, совокупность которых, границы и задачи функционирования объединены внутренними и внешними целями. На практике сложились и функционируют логистические (открытые) и командно-административные (закрытые) системы, обогащающиеся хозяйственной практикой.

В туристской деятельности используется моделирование логистических систем. Специалистами разработаны общие Модели структуры функций и взаимосвязей, которые принято называть модули. В туризме при взаимодействии производства и сбыта турпродукта используется программно-функциональный модуль, который включает в себя: оперативный анализ конъюнктуры спроса; разработку и реализацию вариантов модели оперативного планирования и организации перевозок туристов при оптимизации выбора транспортного средства; организацию и управление функционированием приема и прохода туристов; организацию учета и анализа состояния безопасности туристов; оперативное планирование и управление подачей и загрузкой транспорта при приеме и отправлении туристов.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Как вы считаете есть ли устоявшееся название науки о туризме
2. Приведите известные вам термины названия науки о туризме
3. Назовите известные вам имена ученых – основателей науки о туризме
4. Приведите примеры интеграции науки о туризме с другими науками
5. В чём сложность идентификации науки о туризме как самостоятельной науки

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на

различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;

– овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;

– применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, предмет, объект, задачи и методы статистики туризма	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Особенности применения методов статистического исследования в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

Текст лекции.

Понятие, предмет, объект, задачи и методы статистики туризма

Понятие «статистика» берет свои корни от лат. слова «status» и означает дословно — состояние, положение вещей. Начало систематического сбора статистических сведений относится ко временам формирования государств. Насущная потребность в сборе статистических данных образовалась при создании и обеспечении управления государствами: нужны были сведения о наличии земель, количестве населения, паствы, а также их состоятельности как налогоплательщиков и вносителей дани. Уже в древности человечеству был необходим учет доходов и расходов на хозяйственные и военные нужды, требовалась консолидация и планирование доходов и расходов, для чего осуществлялся скрупулезный сбор сведений о числе жителей, их составе, имущественном положении, о принадлежности собственности. С целью упорядочения сбора налогов налогообложения проводились перепись населения, учет земель и собственности. Таким образом, под статистикой исходно понимали описание состояния экономики политического устройства государства[1].

В настоящее время термин «статистика» употребляется в трех значениях:

1) отрасль знания, особая научная дисциплина и, соответственно, учебный предмет в организациях высшего и среднего профессионального образования;

2) отрасль практической деятельности, которая имеет своей целью сбор, обработку, анализ и публикацию массовых данных о самых различных явлениях общественной жизни;

3) цифровой материал, служащий для характеристики какой-либо области общественных явлений или территориального распределения какого-либо показателя.

Статистика как наука изучает закономерности развития общественных явлений, поэтому статистические методы используются практически во всех областях общественной жизни, где явления носят массовый характер, в том числе и в туризме.

В свою очередь, статистический учет — деятельность, направленная на проведение в соответствии с определенной статистической методологией статистических наблюдений и обработку данных, полученных в результате этих наблюдений, и осуществляемая в целях формирования статистической информации.

Статистика туризма в узком смысле связана со сбором и обработкой информации об отдельных явлениях, эта деятельность, как правило, осуществляется в рамках государственной и ведомственной статистики. В широком смысле статистика туризма — это наука, изучающая массовые явления, протекающие в совокупностях объектов и между взаимодействующими совокупностями в области туризма.

Необходимость статистического изучения туризма обусловлена потребностью в получении объективной и достоверной информации о состоянии и развитии туризма, туристской индустрии и оценке ее вклада в общую величину валового внутреннего продукта, а также потребностью в оценке туристских потоков, нагрузки на туристские ресурсы и объекты туристской индустрии, удовлетворения туристского спроса и соответствия потребительских ожиданий предложениям на туристском рынке[2].

Статистика туризма — это:

1) прикладная область (отрасль) социально-экономической статистики, представляющая собой систему научных разделов, обладающих определенной спецификой и изучающих вопросы развития туризма и туристской индустрии;

2) отрасль практической деятельности («статистический учет»), которая направлена на сбор, обработку и анализ массовых данных о самых различных явлениях и процессах общественной жизни, поскольку туризм представляет собой собирательную отрасль, уровень развития которой определяет состояние целого ряда отраслей;

3) цифровой материал, используемый для характеристики такой области массовых явлений как туризм и отдых, состоящий из количественных показателей.

Правомочность выделения статистики туризма в качестве отдельного направления научных разработок и учетно-статистических работ подтверждается как особым предметом и объектом исследования, так и спецификой каналов получения информации, применяемых приемов обработки и обобщения исходных данных, а также путей практического использования результатов анализа.

Предметом изучения статистики туризма, отмечают одни авторы, являются количественные характеристики массовых явлений и процессов в сфере туризма, туристских и сопутствующих им услуг, их состояние, динамика, а также оценка вклада туризма в экономику страны. Ряд исследователей полагает, что предмет статистики туризма — размеры и количественные соотношения качественно определенных социально-экономических явлений в области туризма, закономерности их связи и развития в конкретных условиях места и времени. Таким образом, обобщенно можно сказать, что предметом статистики туризма являются массовые явления и процессы в туризме, поддающиеся количественной оценке, в неразрывной связи с их качественной стороной.

Объектом изучения статистики туризма является определенная сфера деятельности людей, связанная с туризмом — временными выездами граждан с постоянного места жительства в самых разнообразных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания. По существу, объектом статистики туризма является изучение массовых явлений и процессов в сфере туризма, туристских и сопутствующих им услуг.

Как отмечает ряд авторов, статистика туризма характеризуется множественностью объектов исследования. Они подразделяются на два типа.

Первый тип охватывает потребителей туристских продуктов. Они представлены индивидуальными и коллективными объектами. Индивидуальный объект — отдельно взятый

посетитель (турист и (или) экскурсант) и вся совокупность этих индивидов в целом, а также отдельные ее категории в зависимости от цели статистического исследования. Коллективный объект — группа лиц, совместно осуществляющая потребление туристского продукта, одновременно и сообща совершая поездку по одному туристскому маршруту. Такими объектами являются семья, участники групповых туров. Групповые туры, как правило, организуются на основе общности интересов их участников. Это могут быть коллективные путешествия любителей археологической, искусствоведческой или исторической тематики, ценителей нетронутой природы или экстремальных видов туризма и т. д.

Второй тип объектов составляют предприятия, организации и учреждения, производящие товары и услуги, связанные с туризмом. Их деятельность определяет объем и качество этих продуктов.

Производство и потребление отдельных туристских услуг и комплексных туристских продуктов образуют две взаимосвязанные стороны процесса, неделимое целое, из чего вытекает необходимость их параллельного исследования в статистике туризма.

Множественность объектов исследования, как одна из особенностей статистики туризма, требует особенно тщательного подхода к решению ряда методических вопросов, прежде всего определения содержания показателей сферы туризма, т. е. четкого очерчивания круга тех элементов, которые должны быть охвачены тем или иным показателем. Подробнее о системе показателей статистики туризма см. раздел 1.3 настоящего издания.

Множественность объектов исследования не единственная форма проявления специфики объектов анализа в статистике туризма. Другая особенность состоит в их мобильности. В отраслях экономической статистики единицами совокупности выступают предприятия, которые жестко закреплены за территорией, развиваются сообразно жизненным циклам без быстрых, частых и кардинальных изменений. В совокупность единиц статистики туризма наряду с предприятиями входят потребители туристских продуктов (первый тип объектов), которым присущи прямо противоположные характеристики. Туристы и экскурсанты отличаются высокой степенью мобильности. По маршруту тура они могут посетить ряд туристских центров, отклоняться от заранее выбранного пути и делать остановки в изначально незапланированных дестинациях. Даже пребывая на одном курорте, посетители часто совершают радиальные выезды к объектам туристского интереса. Все это осложняет сбор статистической информации.

Недостаток данных особенно остро ощущается во внутреннем туризме, признанном одним из приоритетных направлений развития экономики во многих странах мира. По международному туризму, связанному с пересечением государственной границы, учет организован, как правило, лучше. Однако и в этом случае приходится оперировать общими показателями потребления товаров и услуг туристского назначения на уровне страны и отдельных регионов. Отсутствуют в большинстве своем характеристики качества потребления по различным демографическим, социально-экономическим, психографическим группам посетителей. Отчасти дефицит информации компенсируется благодаря тому, что учет некоторых данных осуществляется в выборочном порядке. Вместе с тем мобильность объекта анализа порождает методологические и практические вопросы осуществления выборки. Но даже если оставить их в стороне, большие сомнения возникают по поводу надежности собранной информации о посетителях. Мобильный объект трудно изолировать на время, и найти подходящее место для интервьюирования. Оно часто проводится в незнакомом месте, иногда в

толпе или шумной обстановке. Большое влияние на результаты опроса на открытом воздухе оказывает погода. Кроме того, качество информации во многом зависит от решения о времени проведения опроса — до начала, во время или после окончания путешествия. Предпочтительным является третий вариант, когда респондент сообщает реальные сведения о поездке, а не делится планами на ближайшее будущее, которые могут иметь мало общего с действительностью. Но в этом случае возникает не менее сложная проблема идентификации

посетителей и поиска респондентов. Все это объясняет широкое распространение экспертных оценок в сфере туризма[3].

Еще одной особенностью объектов исследования туризма является то, что они обладают качественными признаками, которые не поддаются прямому числовому выражению. Поведение туристов как потребителей услуг отличается тем, что оно зависит не только от объективных факторов, но определяется действием и субъективного фактора — сознанием. Индивидуальное, групповое и массовое сознание вырабатывает систему ценностных ориентиров, социальные нормы, а также иерархию приоритетов в сфере потребления. Если в Средневековье и индустриальном обществе досуг как удовольствие приравнивался к бесполезной трате времени и считался грехом, то в XX в., на волне «нового гуманизма», на смену «трудовому обществу» пришло «общество досуга»: цивилизованное общество стремится к наслаждению жизнью. Туризм все чаще воспринимается как один из ключевых драйверов социального прогресса, критериев устойчивого образа жизни населения, а путешествия и отдых заняли важное место среди статей расходов в бюджетах домашних хозяйств. Измерить количественными методами произошедшие изменения в сознании людей чрезвычайно сложно. В рамках государственной статистики в России в порядке текущего учета в основном измеряется объем предоставляемых платных туристско-экскурсионных услуг населению. Для измерения влияния субъективного фактора на потребительский выбор туристов статистика обращается к методам социологической науки.

Статистика туризма решает широкий круг задач. Так, с позиции Т. Л. Лукьянчиковой, к задачам статистики туризма можно отнести:

- организацию статистического наблюдения за потоками туристов, их доходами и расходами, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам, сбор информации;
- учет, обработку и хранение данных (информации), отображающих ход развития туризма;
- определение наличия, направления, силы связи между явлениями в области туризма;
- всестороннее исследование происходящих в обществе глубоких преобразований экономических и социальных процессов на основе научно обоснованной системы показателей;
- обобщение и прогнозирование тенденций развития туризма;
- оценку ситуации в отрасли;
- проверку выводов, обоснование принятых управленческих решений туристских предприятий;
- своевременное обеспечение надежной информацией законодательной власти.

Автор Н. М. Трусова[4], в свою очередь, указывает на то, что к задачам статистики туризма относятся:

- обеспечение достоверной информацией органов государственной и муниципальной власти, туристских администраций для своевременного принятия решений;
- обобщение и прогнозирование тенденций развития сферы туризма и туристских услуг;
- обеспечение информированности широкой общественности, научных и учебных заведений о развитии сферы туризма и туристских услуг;
- содействие международному сотрудничеству в сфере туризма путем обеспечения информированности международных организаций;
- разработка и внедрение современной методологии в области туризма.
- преодоление несопоставимости данных, возникающих в результате различных методов сбора информации; на международном уровне — исследование структуры и анализ динамики массовых явлений и процессов конкретно в сфере туризма.

Ряд исследователей выделяют общие и специальные задачи статистики туризма:

1) общие:

- обобщение и прогнозирование тенденций развития туризма как отдельной сферы народного хозяйства;
- разработка и внедрение современных методов исследований экономических и социальных процессов, происходящих в области туризма;
- определение и выявление имеющихся резервов эффективности в сфере туризма;
- постоянное обеспечение органов государственной власти и местного самоуправления достоверной информацией, необходимой для принятия решений;

2) специальные:

- изучение уровня и структуры массовых социально-экономических явлений в туризме;
- рассмотрение взаимосвязи массовых социально-экономических явлений и процессов;
- анализ динамики массовых социально-экономических явлений в туризме.

Эти задачи реализуются в ходе статистического исследования рынка туризма в целом и различных его составляющих.

Определяя в общем виде задачи статистики туризма, следует выделить те из них, которые решает любая отраслевая статистика применительно к своему объекту исследования. Такими задачами для статистики туризма являются¹:

1) обеспечение туристских администраций информацией, необходимой им для принятия решений по широкому кругу вопросов, связанных с формированием и проведением политики в сфере туризма, разработкой концепций, стратегий и программ развития туризма и мер по их реализации;

2) предоставление руководителям предприятий туристской индустрии, менеджерам данных о состоянии туристского рынка во взаимосвязке с макроэкономической ситуацией, которые необходимы им для эффективного ведения бизнеса, в частности принятия решений об инвестициях, расширении производства, реализации услуг и пр.;

3) информирование широкой общественности, научных и учебных заведений, отдельных лиц об основных итогах и тенденциях развития сферы туризма;

4) обеспечение международных организаций, в частности ЮНВТО, информацией для решения широкого круга вопросов, связанных с организацией международного сотрудничества в сфере туризма.

Эти группы потребителей информации стоят за важнейшими направлениями статистических наблюдений в сфере туризма, определяют объем, формы и периодичность представления данных, диктуют содержание показателей, характеризующих состояние и развитие сферы туризма.

Кроме общеотраслевых задач существуют особые задачи, которые решает именно статистика туризма. Их специфика вытекает прежде всего из трудностей, возникающих при изучении сферы туризма. Часть их носит методологический характер и нацелена на развитие научного фундамента статистики туризма, другая часть имеет практическую направленность. К этим специальным задачам относится преодоление автономности статистического изучения посетителей как потребителей, с одной стороны, и производителей туристских продуктов — с другой. Недоработки в этой области объясняются не только объективной причиной — глубокими различиями в сущности и формах проявления туристского спроса и туристского предложения, но и некоторыми организационными предпосылками. Разные аспекты туризма являются предметом изучения разных отраслей статистики (статистики услуг, транспорта, средств размещения, общественного питания, культуры, цен, финансов, труда, уровня жизни, таможенной и пограничной статистики и т. д.) и соответственно разных подразделений (управлений, отделов) органов государственной статистики. Показатели, характеризующие сферу туризма, изначально оказались включенными в разные подсистемы показателей социально-экономической статистики, что порождает ряд методологических вопросов. Кроме того, сказывается продолжительность использования отдельных показателей в практике

статистических работ. Одни из них, например количество международных туристских прибытий, имеют давнюю историю и несут груз традиционного подхода к решению методологических вопросов в статистике туризма — со стороны посетителей и их спроса на туристские продукты. Другие показатели — валовая добавленная стоимость, промежуточное потребление, валовые капитальные вложения в основные фонды в сфере туризма, занятость в индустрии туризма и прочее — начали использоваться недавно и в большей мере ориентированы на современные методологические принципы, прежде всего на принципы построения системы национальных счетов. Таким образом, задача состоит в формировании подлинно единой взаимосвязанной системы статистики туризма, обеспечивающей комплексную характеристику развития сферы туризма.

Актуальной задачей статистики туризма остается преодоление несопоставимости показателей. Существующие различия в содержании и методиках расчета одних и тех же показателей, например количества международных туристских прибытий, продолжительности пребывания и других, в практике их применения не позволяют проводить сравнения на уровне отдельных территориальных образований внутри одной страны, а также межстрановые сопоставления. По-прежнему остро стоит вопрос о несопоставимости показателей развития туризма, преимущественно натуральных, нестоимостных, характеризующих главным образом туристский спрос, а не предложение туристских продуктов, с другими видами экономической деятельности. Наконец, показатели статистики туризма часто оказываются несопоставимыми во времени, что препятствует построению длинных рядов динамики, необходимых для выявления тенденций развития сферы туризма[5].

приведение показателей сферы туризма в сопоставимый вид — одно из важнейших условий построения полноценной системы показателей статистики туризма, повышающих ее достоверность и информационную емкость. Преодоление несопоставимости показателей сферы туризма во времени ставит перед статистикой туризма другую, не менее актуальную задачу обеспечения сбора, а также обобщения и анализа соответствующей информации на регулярной основе. В первую очередь это касается проведения специальных наблюдений с анкетированием, получивших распространение в статистике туризма.

Следующая задача состоит в постепенном интегрировании статистических исследований на макро- и микроуровнях, что позволяет глубже и всестороннее раскрывать первопричины и механизмы явлений и процессов в сфере туризма. Речь идет прежде всего о недостающем систематизированном описании сферы туризма в существующих макроэкономических границах с использованием вспомогательного счета туризма (ВСТ). На основе информации, содержащейся в этом счете, можно проводить анализ экономического и финансового положения сферы туризма, а также ее связей с другими секторами в экономическом процессе и в итоге определить подлинные масштабы и экономическую значимость сферы туризма в экономике стран мира. Такая информация должна собираться регулярно, формироваться на основе статистической отчетности, базироваться на единой методологии исчисления и соответствовать международным требованиям Статистической комиссии ООН.

Для изучения статистики важно определение метода статистики. Автор Т. Л. Лукьянчикова дает следующее определение метода статистики. Метод статистики (или статистическая методология) — совокупность приемов, правил и принципов статистического исследования социально-экономических явлений, т. е. сбора сведений в области туризма, их обработки, вычисления показателей и анализа (оценки) полученных данных. В свою очередь, другие авторы дают следующее определение понятия «методология статистики туризма» — это совокупность приемов, методов и способов, применяемых в процессе статистического исследования. Методологической основой статистики туризма является общая теория статистики, которая в первую очередь опирается на диалектический метод познания, при котором объекты исследования изучаются в развитии и взаимосвязи. Вместе с тем статистика

имеет свои специфические приемы изучения социально-экономических явлений, зависящие от особенностей ее предмета.

К статистическим методам, конкретизирует Т. Л. Лукьянчикова[6], относятся:

- метод массовых наблюдений — сбор первичных данных по единицам совокупности;
- сводка и группировка, которая заключается в классификации, обобщении полученных первичных данных;

- методы анализа обобщающих показателей, позволяющие дать характеристику изучаемого явления при помощи статистических величин — абсолютных, относительных и средних — с целью установления взаимосвязей и закономерностей развития процессов.

Метод массового наблюдения — первый этап любого статистического исследования. Разрабатывается гипотеза исследования, проводится сбор первичной статистической информации в соответствии с правилами научно организованного статистического наблюдения.

Сводка и группировка результатов наблюдения — второй этап, на котором происходит систематизация собранной первичной информации. Результаты статистической группировки и сводки излагаются в виде статистических таблиц, являющихся наглядной и систематизированной формой представления данных.

Расчет обобщающих аналитических показателей — получение таких статистических показателей и величин, которые позволяют выявить закономерности в развитии явления, взаимосвязи, динамику, соотношения, а также получить модели для прогнозных целей. Все расчеты на этом этапе сопровождаются интерпретацией получаемых результатов.

Методы и приемы, используемые в процессе статистического наблюдения, являются едиными для всех статистических исследований — будь это статистика образования, автотранспорта или статистика туризма, — меняется только предмет статистического исследования, а применяемый специфический метод остается неизменным.

Значимость всей совокупности статистической информации для предприятия туристской индустрии трудно переоценить. Большие объемы накопленной и созданной в гостинице, туроператорской компании или экскурсионном бюро информации являются тем ресурсом, без которого они не могут создать новую туристскую услугу, планировать работу с учетом состояния и перспектив развития рынка, управлять качеством и т. д. Чем более емким информационным ресурсом обладает туристское предприятие, тем увереннее руководство ведет его по намеченному бизнес-плану. Информация, необходимая для принятия управленческих решений на всех уровнях, очень разнообразна по содержанию. На уровне туристского предприятия она включает характеристики материально-технической базы, описание технологий обслуживания клиентов, сведения о текущем состоянии туристского рынка (цены, объемы спроса), показатели использования оборотных средств, сведения о кадровом составе, показатели производительности труда и фонда заработной платы, плановые задания, совокупность расчетных показателей, таких как рентабельность, себестоимость, и пр.

На уровне туристских администраций для принятия управленческих решений требуется иного рода информация. Она важна на всех этапах работы: для оценки исходного состояния туристского рынка, выработки государственной политики в сфере туризма, мониторинга управленческой деятельности и оценки ее эффективности. В настоящее время статистическая информация о туризме основана по большей части на статистике прибытий и продолжительности пребывания, а также на данных платежного баланса, которые не дают всестороннего представления о сфере туризма как социально-экономическом явлении и недостаточны для проведения действенной государственной политики. В основе последней должен лежать комплексный подход к развитию туризма. Регулирование этого вида деятельности должно осуществляться в целом, в единстве и взаимосвязанности важнейших ее предпосылок и условий, в том числе состояния окружающей среды, влияющих на результативность деятельности. Появляется необходимость в информации, характеризующей общеэкономическую ситуацию, которая определяет основные индикаторы развития сферы туризма, а также туристские ресурсы, домашние хозяйства как потребителей туристских

продуктов, индустрию туризма, внешнюю торговлю туристскими услугами на государственном и более низких административно-территориальных уровнях. Как уже отмечалось, особый дефицит наблюдается в информации о вкладе сферы туризма в национальную (региональную) экономику. В рамках программно-целевого подхода к развитию туризма в комплексе с другими видами экономической деятельности большое значение имеет оценка экономической и социальной эффективности такого развития[7].

Роль статистики в регулировании туризма не исчерпывается формированием информационной базы. Не менее важна она и как методологическая основа анализа тех социально-экономических процессов, которые протекают в сфере туризма. Эта роль многократно усиливается в рыночных условиях, когда усложняются связи между хозяйствующими субъектами, обостряется конкуренция между ними. Возникает постоянная потребность в изучении влияния разных факторов на результаты финансово-экономической деятельности предприятий туристской индустрии, необходимость прогнозирования туристского рынка и соответствующих обобщений на макро- и микроуровнях, предвидения экономических, социальных, экологических и иных последствий принимаемых решений. Таким образом, выполняя функции как методологического, так и информационного обеспечения анализа процессов и явлений в сфере туризма, статистика туризма создает научный фундамент для принятия объективно обусловленных управленческих решений в сфере туризма.

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, утв. постановлением Правительства РФ от 31.05.2014 г. № 941-р, отмечено, что совершенствование системы управления в сфере туризма требует создания эффективной системы статистического учета. В целях повышения информативности статистики туризма в регионах России и приближения ее к международным стандартам необходимо:

1) обеспечить переход пограничной статистики, осуществляющей формирование официальной статистической информации о числе граждан России, выехавших за границу, и иностранных граждан, въехавших в Россию, на классификацию целей поездки в соответствии с Международными рекомендациями по статистике туризма 2008 года;

2) организовать проведение выборочных статистических обследований постояльцев коллективных средств размещения, посетителей туристских объектов, пограничное обследование иностранных туристов по разработанной методике Росстата;

3) утвердить и ввести в действие собирательную группировку «Туризм» на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности.

Указанные меры позволят устранить различия в определении международных туристских понятий, отслеживать экономический эффект от туристской деятельности, количество занятых в сфере туризма, иметь актуальную и однозначную статистическую информацию.

В Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утв. распоряжением Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р, которая определяет целевую модель туристского рынка, отдельное внимание уделяется развитию системы сбора и анализа статистических данных. Система сбора и анализа статистических данных призвана обеспечить органы государственной власти и заинтересованные организации, осуществляющие деятельность в сфере туризма, качественными данными, точность и актуальность которых оказывают решающее значение как при выработке стратегических документов развития туризма, так и при принятии оперативных управленческих решений.

Развитие системы управления туризмом в Российской Федерации требует непрерывного повышения доступности актуальных и разнообразных данных о ситуации в отрасли. Одним из ключевых инструментов изменения системы управления должно стать совершенствование системы сбора и анализа данных о развитии туризма на территории РФ, в том числе:

1) разработка концепции сбора, мониторинга и анализа отраслевых данных о развитии туризма на территории РФ;

2) устранение существующих пробелов нормативного правового регулирования, в том числе в части закрепления понятия «туристский поток»;

3) разработка методики сбора и обработки статистических данных по туристской отрасли, включая подходы к использованию современных каналов получения и анализа данных (кредитных организаций, операторов мобильной связи, сайтов бронирования, поисковых систем, информации из социальных сетей и других интернет-ресурсов), разработка единой методологии и типовых моделей сбора данных по субъектам РФ;

4) внедрение системы своевременной отчетности и предоставления статистических данных в соответствии с методологией международных организаций;

5) проработка организационных, финансовых, юридических и технологических вопросов встраивания альтернативных данных (больших данных) в статистику туризма;

6) организация проведения ежеквартального выборочного обследования домашних хозяйств по туризму для получения полной информации о внутренних туристских потоках;

7) разработка рекомендаций и методологических положений по построению вспомогательного счета туризма в соответствии с международными рекомендациями;

8) создание единого реестра объектов показа и туристской инфраструктуры (на базе статистического регистра Росстата).

В конечном счете, система сбора, анализа и предоставления статистических данных в сфере туризма должна удовлетворять потребности органов управления, профессионалов, исследователей и общества в целом в актуальной, согласованной, точной, полной и доступной информации.

В настоящее время, как отмечают исследователи, российская статистика туризма находится в стадии становления. Это связано с переходом отечественной статистики на международную методологию с использованием рекомендаций в области статистики туризма, разработанных Всемирной туристской организацией. Дальнейшее укрепление статистики туризма в России в значительной мере связывается с адаптацией к российским условиям методологии вспомогательного счета туризма (ВСТ), унификации определений и методов для измерения совокупного вклада туризма в национальную экономику в терминах внутреннего валового продукта, занятости и инвестиций. Конечная цель состоит в построении вспомогательного счета туризма (ВСТ) как ядра российской системы статистики туризма.

Источник:

https://vuzdoc.org/6547/ekonomika/osnovy_statisticheskogo_ucheta_turizme?ysclid=lhhojrurpfq854938953

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Приведите примеры метода массовых наблюдений в туризме
2. Приведите примеры сводки и группировки в туризме
3. Приведите примеры методы анализа обобщающих показателей в туризме
4. В чём специфика методологии статистики туризма

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема лекционного занятия.

Модуль 2. Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

3. Цели занятия.

– изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;

– приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на

различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;

– овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;

– применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Специфика социологических исследований в туризме	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Методы социологических исследований в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Техника проведения социологического исследования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

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

1. Тема лекционного занятия. Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

Текст лекции.

Специфику социологических исследований составляет формирование фактической базы данных по рассматриваемой проблеме. Под социальным фактом необходимо понимать отдельное общественно значимое событие или некоторую совокупность событий, типичных для той или иной сферы общественной жизни. В туристской деятельности к социальным фактам относится следующая совокупность данных: 1) совокупные систематизированные характеристики массового сознания, которые могут быть интерпретированы в контексте анализа проблемы формирования сегментов рынка услуг, динамики потребительского спроса и клиентских предпочтений; 2) совокупные систематизированные характеристики массового сознания - мнений, оценок, суждений; 3) совокупные обобщенные характеристики продуктов человеческой деятельности, материальной и духовной; 4) социальные факты, связанные с определенными событиями, состоянии социального взаимодействия, подлежащее интерпретации с позиций деятельного субъекта 10. Таким образом, социальный факт, содержащий описание ситуации в определенной сфере, составляет основу для проведения социологического исследования в сфере туристской деятельности на уровне социально-статистических обобщений. Инструментарий социологического исследования включает конструкты – идеализированные объекты с установленными свойствами, которые отражают значимые стороны социальной реальности, используемые в качестве познавательных

«шаблонов» для моделирования познавательной схемы для теоретического описания свойств эмпирических данных объектов. Данный конструкт играет центральную роль в формировании теоретической модели изучаемого явления с помощью определенных гипотез и идеальнотипической модели. Особую роль в социологическом исследовании играют методы исследования. Методы социологического исследования определяются как совокупность приемов, процедур, операций, средств получения и систематизации научного знания о социальной реальности, способ построения и обоснования социологического знания. Они включают в себя принципы организации познавательной (исследовательской) деятельности, регулятивные нормы и правила, совокупность приемов и способов действия, порядок действий. Социологические методы классифицируются по следующим признакам: 1) по масштабам применения различают методы общенаучные (системный подход, математические методы) и частные (опрос, анкетирование); 2) по уровню знания: теоретические (определение сущности явления) и эмпирические (наблюдение, изучение документов); 3) по стадиям, этапам исследования: 1) методы формулирования проблем, целей, задач, анализ и синтез; 2) методы сбора информации (опрос респондентов, наблюдение, изучение документов, эксперимент и др.); 3) методы обработки информации (группировка, ранжирование, корреляция и др.); 4) методы анализа информации (обобщение, качественный анализ, типологизация, кластерный анализ, факторный анализ и др.). В зависимости от конкретного предмета исследования выделяют также методы сравнительно-исторический, генетический, сравнительно-типологический, типологический метод, методы анализа документов, опроса, наблюдения. В социологических исследованиях также применяют математический, статистический, системный, структурно-функциональный методы. Вся совокупность методов социологического исследования определяется понятием «средства». Далее рассмотрим технику проведения социологического исследования, которая состоит из технических и организационных приемов эффективного использования необходимого методического инструментария. Процесс социологического исследования состоит из нескольких последовательных этапов, объединенных концептуальной логикой программы социологического исследования. 1. Подготовительный этап, который занимает 1/3 всего отведенного времени. 2. Полевой этап (занимает около 20% отведенного времени). 3. Этап подготовки и обработки информации (занимает около 40 % времени). 4. Анализ информации и подготовка итоговых документов или заключительный этап (занимает около 10 % отведенного на исследование времени). Далее рассмотрим содержание каждого этапа более подробно.

1. Подготовительный этап включает в себя следующие процедуры: предварительное знакомство с объектом (например, туристским предприятием, рынком туристских услуг и др.), его структурой, функциями, целями, перспективами развития, основными проблемами; уточнение темы; создание теоретической концепции и программы социологического исследования; составление рабочего плана и графика выполненных работ; установление выборки; разработка методических документов для сбора информации; определение инструментария исследования; формирование и подготовка исследовательских групп; проведение организационных мероприятий, связанных с материально-техническим обеспечением исследования.

2. Полевой этап связан со сбором первичной социологической информации на объекте или в зоне практических действий социолога, получение информации от ее носителей (клиенты, сотрудники, партнеры и др.). Первичная социологическая информация представляет собой полученные в ходе социологического исследования в различной форме необобщенные сведения, подлежащие дальнейшей обработке и обобщению. Сбор информации осуществляется по разработанной методике, которая определена программой исследования.

3. Этап подготовки и обработки информации предполагает изучение всего собранного материала с точки зрения отклонения выборки от расчетных параметров. На этом этапе проверяется соответствие количества полученных материалов (анкет) запланированному объему выборочной совокупности. На этом этапе происходит ручная выборка и машинная обработка данных, осуществляется статистическая обработка данных (корреляционный,

кластерный, факторный и др.), группировка, сводка, вычисление относительных величин, построение статистических рядов, составление таблиц.

4. Анализ информации и подготовка итоговых документов (заключительный этап) осуществляется на основе главного методологического инструмента – программы социологического исследования. Методы анализа зависят от исследуемой проблемы, которая является основой для определения вида социологического исследования, его целей и задач. В ходе логического анализа данных осуществляется интерпретация фактов, сведений, делаются выводы о подтверждении и опровержении гипотез, выявляются социальные связи, тенденции, противоречия, парадоксы, новые социальные проблемы. На этом этапе разрабатывается проект совершенствования объекта, его экспертиза, дается анализ и оценка эффективности выполнения научно-исследовательской проблемы, а также составляется итоговый отчет, его оформление, рецензирование, предоставляется отчет заказчику, составляется план результатов внедрения. Итоговый документ зависит от вида исследования и определяется пожеланиями заказчика. Итоговым документом являются: информационная справка, информационная записка, аналитическая записка, отчет о научно-исследовательской работе. Аналитическая записка и отчет должны содержать выводы и рекомендации по разрешению проблемы исследования. Вид социологического исследования зависит от исследуемой проблемы. В классификации социологических исследований выделяют два типа – теоретико-прикладные и прикладные. Теоретико-прикладное социологическое исследование проводится с целью познания определенных аспектов социальной реальности, с последующим использованием полученных знаний для решения практических задач в сфере туристской деятельности посредством выработки новых теоретических подходов, методов интерпретации. Прикладные социологические исследования касаются изучения конкретных социальных проблем с целью выработки практических решений. Особенностью прикладного социологического исследования является то, что предметная область определяется применительно к заданному социальному объекту, чтобы содействовать его нормальному функционированию и развитию. В зависимости от глубины проблемы и глубины требуемого количественно-качественного анализа предмета исследования различают три вида социологических исследований: разведывательное (пилотажное) исследование, описательное исследование, аналитическое исследование. Разведывательное исследование направлено на получение оперативной социологической информации о новых проблемах, тенденциях, социальных процессах и явлениях, применяется для проверки качества разработанных программ и инструментария. Описательное исследование опирается на более сложный вид социологического анализа, с целью получения целостного представления об изучаемом явлении, его структурных элементах. Описательное исследование проводится по полной, достаточно подробной разработанной программе и на основе апробированного методического инструментария. Аналитическое социологическое исследование проводится с целью углубленного изучения явления, с целью определения количественных и качественных параметров, выяснения причин, которые лежат в его основе. Этот вид исследования базируется на анализе социальных противоречий и в качестве своего результата предполагает способы их разрешения. Разновидностью аналитического исследования является экспериментальное исследование, в ходе которого социолог создает определенные ситуации, помогающие углубленно проследить причинно-следственные связи. В социологической практике также используется методика проектно-конструкторских, разовых, трендовых, панельных, монографических, долгосрочных международных, общенаучных исследований. Согласно Практикуму по социологии выделяют следующие виды социологических исследований: по характеру задач: фундаментальные (анализ социальных закономерностей), прикладные (выработка путей совершенствования объектов), комплексные; по типу логической связи: поисковые (выделение проблем), пилотажные (апробация методик, инструментария), описательные, экспериментальные, проектно-конструкторские; по отношению к объекту: монографические, сравнительно-описательные, трендовые; по виду объекта: социальная группа, коллектив, организация; сферы и стороны жизнедеятельности; по заказчику:

госбюджетные, хоздоговорные, по заказу общественных организаций, частные лица; по срокам: долгосрочные, среднесрочные, краткосрочные, экспресс-исследования.

В заключении отметим, что в процессе характеристики функций методов и подходов социологического исследования выявлен широкий диапазон возможностей для исследования проблем в области туристской деятельности.

Резюме

Таким образом, методы анализа деятельности предприятия применяются для решения конкретных задач в сфере системы управления, организационной структуры, экономики, стратегии развития рынка услуг и др. Общенаучные методы анализа и синтеза позволяют выявить оптимальное соотношение сил и средств, необходимых для успешного функционирования туристского предприятия. Стратегическое планирование устойчивого развития территории должна быть взаимосвязана с целями государственного регулирования туризма в формате социальной политики по обеспечению права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий; охрану окружающей природной среды; создание условий для деятельности направлений на воспитание, образование и оздоровление туристов; развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий; создание новых рабочих мест; увеличение доходов государства и граждан РФ; развитие международных контактов; сохранение объектов туристского показа; рациональное использование природного и культурного наследия. Приоритетными направлениями государственного регулирования туризма является развитие: въездного, внутреннего и социального, самодеятельного туризма. Методы государственного регулирования реализуют функцию создания нормативно-правовых актов, направленных на совершенствование отношений в сфере туристской индустрии; содействие в продвижении туристического продукта на внутреннем и мировом рынках; защиту прав и интересов туристов; лицензирование, стандартизацию и сертификацию туристского продукта (в настоящее время на условиях добровольности, согласно новой редакции Федерального закона « Об основах туристской деятельности», от 2007); установление правил въезда в РФ, выезда из РФ и пребывания на территории РФ с учетом интересов развития туризма; создания благоприятных условий для инвестирования в туристскую отрасль; налогового и таможенного регулирования; предоставления льготных кредитов; установления таможенных и налоговых льгот туроператорам и турагентам, занимающимся туристской деятельностью на территории РФ и привлекающим иностранных граждан для занятия туризмом на территории РФ.; содействия кадрового обеспечения туристской деятельности; развития научных исследований в сфере туристской индустрии; развития научных исследований в сфере туристской индустрии; содействия участию российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений в международных туристских программах; обеспечение картографической продукцией, иными способами, применяемыми в порядке, установленном законодательством РФ. Координацию государственного регулирования туристской деятельности осуществляет федеральный орган исполнительной власти в туризме. Характеристика базовых принципов программно-целевого метода предполагает рассмотрение сущности кластерного подхода, как методологического принципа стратегического планирования развития въездного и внутреннего туризма. Кластерный подход в сфере развития туризма имеет следующие особенности: развитие кластера как территории туристской дестинации (место назначения, постоянного приема туристов), где наряду с крупными объектами инвестиции осуществляют представители среднего и мелкого бизнеса, обеспечивающего разнообразие и комплексный характер совокупного туристского продукта дестинации. Приведенный материал наглядно показывает проектные возможности программно-целевого метода и кластерного подхода, позволяющие применить основные положения теории туризма, теории рекреации и методологии стратегического планирования устойчивого развития туризма в условиях конкретной территории.

Источник: <https://studfile.net/preview/3239162/page:6/>

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Определение понятия «социологическое исследование»
2. Характеристика социологического метода
3. Основные методы социологического исследования
4. Различие между теоретическими и прикладными исследованиями
5. Методика пилотажного исследования
6. Сущность эмпирического уровня исследования.
7. Методы формирования источников информации для научного исследования.
8. Сущность кластерного подхода.
9. Сущность методологии науки
10. Прием и способы эмпирического и теоретического исследования в науке. Рабочая гипотеза как главный методологический инструмент исследования.

**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. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.1. Наука как производительная сила общества

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие науки, ее цели, задачи, предмет	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Основные функции науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Исторический обзор становления науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Классификации наук	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Наука как производительная сила общества	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6.	Дифференциация и интеграция наук	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7.	Ускоренное развитие науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
8.	Роль науки в современном обществе	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
9.	Социальная роль науки	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
10.	Организация науки в Российской	Групповая, научная дискуссия, диспут

	Федерации	Дискуссия
11.	Управление научной и научно-технической деятельностью в Российской Федерации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
12.	Ученые степени и звания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
13.	Подготовка научных и научно-педагогических кадров в Российской Федерации	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. В России самыми крупными научными фондами, предоставляющими гранты под научные проекты, являются:
2. Российский научный фонд (РНФ) – это:
3. Перечень Приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации, утвержденный Указом Президента РФ от 7 июля 2011 г. № 899 включает:
4. Фонд МакАртуров – это:
5. Общественные организации, получающие средства от государственных доноров и распределяющие их по организациям-заявителям:
6. С точки зрения ст. 78 Бюджетного кодекса Российской Федерации, грант – это:

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	История разработки и состав приоритетных направлений развития науки и техники в РФ и критических технологий федерального уровня	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Динамика изменений приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в РФ и критических технологий федерального уровня	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Перечень Приоритетных направлений развития науки, технологий и техники в Российской Федерации (утвержден Указом Президента Российской Федерации от 7 июля 2011 г. № 899)	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Перечень критических технологий Российской Федерации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Федеральные целевые программы Гранты, конкурсы в научной деятельности и их виды	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6.	Категории грантов в научной деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7.	Примеры деятельности, оплачиваемой грантами	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
8.	Научные фонды Российский фонд фундаментальных исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
9.	Российский научный фонд	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
10.	Российский гуманитарный научный фонд	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
11.	Общие правила оформления заявки на грант	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
12.	Некоторые общие рекомендации при оформлении заявки	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. Тематическое направление научно-технологического развития межотраслевого (междисциплинарного) значения, способное внести наибольший вклад в обеспечение безопасности страны, ускорение экономического роста, повышение конкурентоспособности страны за счет развития технологической базы экономики и наукоемких производств:

2. Учитывая состояние национальной экономики, необходимость технологического перевооружения, было предложено считать критическими только технологии, реализуемые:

3. Деятельность фондов направлена: ...

4. Российский гуманитарный научный фонд (РГНФ) это: ...

5. Гранты с частичным финансированием – это: ...

6. Гранты в натуральной форме – это ...

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Наука как опыт человеческой деятельности.
2. Наука как доказательный вид знания, отличающийся от мифологического мышления.
3. Наука в период расцвета поздней средневековой культуры, в творчестве английских церковных деятелей Р.Бэкона и Р.Гроссетеста.
4. Наука в XVI–XVII вв. (деятельность И.Кеплера, Х.Гюйгенса, Г.Галилея, И.Ньютона и др.).
5. Классификация наук.
6. Категориальный аппарат науки и системного анализа.
7. Управление в сфере науки.
8. Основы управления наукой.
9. Основные субъекты управления наукой.
10. Подготовка научных и научно-педагогических кадров в России.
11. Предмет и объект педагогики.
12. Задачи и функции педагогики.
13. Методы педагогики.
14. Основные понятия педагогики.
15. Педагогика как система.
16. Общекультурное значение педагогики

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??)Наука как производительная сила общества(??)

(??)Что не относится к функциям науки:

(?) познавательная

(?) мировоззренческая

(?) природная

(?) социальная

(??)Система наук условно делится на:

(?)гуманитарные

(?)общественные

(?)технические

(?)естественные

(??)Естествознание исследует:

(?)все, что относится к человеку

(?)все, что относится к обществу

(?)все, что относится к технике

(?)все, что относится к природе

(??)В естественных науках одним из главных приемов исследования является:

(?)эксперимент

(?)анализ

(?)статистика

(?)синтез

(??)Одним из главных приемов исследования в общественных науках является:

(?)эксперимент

(?)анализ

(?)статистика

(?)синтез

(??)Наиболее древними классификации наук считаются классификации:

(?)Ньютона

- (?)Сократа
- (?)Платона и Аристотеля
- (?)Ломоносова
- (??)Психология знает три главных формы интеллектуальной деятельности:
- (?)осмысление
- (?)фантазия
- (?)рассудок
- (?)память
- (??)Какие уровни различаются в науке:
- (?)социальный
- (?)теоретический
- (?)эмпирический
- (?)естественный
- (??)Нынешний этап научно-технического прогресса характеризуется тем, что:
- (?)наука подвергается сомнению
- (?)наука уходит на второй план
- (?)наука превращается в ведущую сферу развития общественного производства
- (?)наука существует автономно
- (??) Какие периоды чередуются в развитии науки:
- (?) экстенсивные
- (?) интенсивные
- (?) стагнационные
- (?) революционные
- (??) Какой характер носили первоначальные знания:
- (?)информационный
- (?)теоретический
- (?)практический
- (?)фантастический
- (??)Учреждения высшего профессионального образования:
- (?)техникумы
- (?)университеты
- (?)академии
- (?)колледжи
- (??)Средством достижения поставленной цели стала двухэтапная процедура опроса экспертов, использующая идеи и принципы известного метода
- (?)Бернала
- (?)Дельфи
- (?)Маркса
- (?)Бэкона
- (??) Когда была создана правительственная комиссия по научно-технической политике РФ:
- (?)11 января 2000
- (?)21 октября 1997
- (?)30 июня 1998
- (?)28 мая 1996
- (??)Какие из перечисленных относятся к приоритетным направлениям развития науки и техники в РФ относятся:
- (?)фундаментальные исследования
- (?)маркетинговые исследования
- (?)топливо и энергетика
- (?)экология и рациональное природопользование

- (??) Утвержденные в 1996 году приоритетные направления развития науки и техники и критические технологии федерального уровня были ориентированы на:
- (?) 10-12 лет
 - (?) 1-2 года
 - (?) 5-6 лет
 - (?) 3-4 года
- (??) Что из себя представляет наука как социальный институт:
- (?) социальную структуру или порядок общественного устройства, определяющие поведение некоторого множества индивидов того или иного сообщества
 - (?) социальный способ организации совместной деятельности ученых, которые являются особой социально-профессиональной группой, определенным сообществом
 - (?) область человеческой деятельности, направленная на выработку и систематизацию объективных знаний о действительности
- (??) К основным функциям науки относятся:
- (?) производство новых технических устройств
 - (?) вычислительная, статистическая
 - (?) прогностическая
 - (?) познавательная, мировоззренческая, производственная, социальная, культурная
- (??) Познавательная функция науки это:
- (?) исследование рационалистического отношения человека к миру
 - (?) познание природы, человека и общества в целом, а также в рационально-теоретическом постижении мира, объяснении процессов и явлений, открытии закономерностей и законов, осуществлении прогнозирования
- (?) внедрение инноваций, новых форм организаций процессов
- (?) своего рода феномен культуры
- (??) Мировоззренческая функция науки это:
- (?) исследование рационалистического отношения человека к миру
 - (?) познание природы, человека и общества в целом, а также в рационально-теоретическом постижении мира
- (?) внедрение инноваций, новых форм организаций процессов
- (?) своего рода феномен культуры
- (??) Производственная функция науки это:
- (?) исследование рационалистического отношения человека к миру
 - (?) познание природы, человека и общества в целом, а также в рационально-теоретическом постижении мира
- (?) внедрение инноваций, новых форм организаций процессов
- (?) своего рода феномен культуры
- (??) Социальная функция науки это:
- (?) взаимодействие различных отраслей естественных, общественных и технических наук
 - (?) познание природы, человека и общества в целом, а также в рационально-теоретическом постижении мира
- (?) внедрение инноваций, новых форм организаций процессов
- (?) своего рода феномен культуры
- (??) Естествознание исследует:
- (?) общественные отношения
 - (?) все, что относится к природе
 - (?) нормативно-правовые акты в природоохранной сфере
 - (?) взаимодействие между природой и человеком
- (??) Научные знания об обществе объединяют три направления:
- (?) социологическое
 - (?) философское

- (?)экономическое
- (?)государственно-правовое
- (??)Что является показателем зрелости и роста производительных сил современного общества:
- (?)развитие науки и техники
- (?)развитие искусства
- (?)развитие философии и культурологии
- (?)развитие здравоохранения и образования
- (??)Где раньше всего возникли условия для возникновения науки:
- (?)в Древней Греции
- (?)в Древнем Риме
- (?)в Древнем Китае
- (?)в России
- (??)Кто из мыслителей объяснил действительность через естественные начала
- (?) Фалес
- (?) Демокрит
- (?)Аристотель
- (?) Бируни
- (??)Кто из древних ученых впервые описал закономерности природы, общества и мышления:
- (?)Авиценна
- (?)ИбнСта
- (?)Аристотель
- (?)Демокрит
- (??)В какой из исторических периодов было подорвано господство религиозного мышления:
- (?)X-XIвв
- (?)XIV-XVвв
- (?)XV-XVIвв
- (?)XVI-XVII вв
- (??) Какое время считают первой научной революцией
- (?)XIV-XVвв
- (?)XVI-XVIIвв
- (?)X-XIвв
- (?)XII-XIVвв
- (??)Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии(??)
- (??) Каким ученым положено начало научной революции
- (?)А.В.Лавуазье
- (?)М.В.Ломоносовым
- (?)И.Кантом
- (?)Н.Коперником
- (??)Цель и назначение науки как социального института:
- (?)производство и распространение научного знания
- (?)воспроизводство ученых и обеспечение выполнения ими своих социальных функций
- (?)все варианты верны
- (?)разработка средств и методов исследования
- (??)Влияние науки на современную культуру
- (?)не влияет
- (?)возрастает с каждым годом
- (?)нейтрально
- (?)понижается

(??) Применение результатов фундаментальных наук для решения не только познавательных, но и социально-практических проблем, относится к цели каких наук:

- (?) естественных
- (?) гуманитарных
- (?) социальных
- (?) прикладных

(??) Наука воздействует на человека непосредственно через:

- (?) образование
- (?) научные исследования
- (?) научные открытия
- (?) социальную среду

(??) До какого года рассчитана действующая концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ

- (?) до 2019 года
- (?) до 2020 года
- (?) до 2022 года
- (?) до 2025 года

(??) Какие из перечисленных видов грантов являются благотворительной помощью, оказываемой неприбыльным организациям и выделяются на поддержку их основной деятельности, для обеспечения устойчивости и развития:

- (?) гранты общей поддержки
- (?) гранты на программы или проекты
- (?) гранты с частичным финансированием
- (?) капитальные гранты

(??) На какие следующие формы НЕ должны ориентироваться целевые индикаторы при прогнозируемом предвидении:

- (?) диверсификация структуры российской экономики
- (?) повышение конкурентоспособности экономики и ее адаптация к условиям мирового рынка

- (?) поддержка инвестиционной деятельности
- (?) развитие высокотехнологичных производств

(??) Благотворительная помощь, которая оказывается неприбыльным организациям предпринимательскими структурами; либо гранты, предполагающие софинансирование проекта бизнеса это:

- (?) корпоративные гранты
- (?) начальные гранты
- (?) гранты в натуральной форме
- (?) перспективные гранты

(??) Благотворительная помощь, предоставляемая на капитальные затраты неприбыльной организации это:

- (?) корпоративные гранты
- (?) гранты в натуральной форме
- (?) капитальные гранты
- (?) перспективные гранты

(??) Комплексный целевой прогноз научно-технологического развития российской экономики, самым тесным образом связан с:

- (?) социально-экономическими программами
- (?) диверсификацией экономики
- (?) привлечением инвестиций
- (?) монетизацией социального обслуживания

(??) Гранты (и программы) в научной деятельности в РФ можно условно разделить на следующие категории:

- (?) государственные и частные
- (?) федеральные и международные
- (?) частные и коллективные
- (?) государственные и персональные
- (??) Посреднические гранты – это:
- (?) вид благотворительной помощи, предполагающий обязательное привлечение дополнительных источников финансирования
- (?) благотворительная помощь, предоставляемая на капитальные затраты неприбыльной организации (приобретение недвижимости, ремонт, приобретение необходимого оборудования).
- (?) благотворительная помощь, предоставляемая в виде материальных ценностей, а не денежных средств.
- (?) благотворительная помощь, предоставляемая спонсором для проведения социально ориентированной политики от его имени.
- (??) Благотворительная помощь, которая оказывается неприбыльным организациям предпринимательскими структурами; либо гранты, предполагающие софинансирование проекта бизнесом:
- (?) начальные гранты
- (?) корпоративные гранты
- (?) гранты общей поддержки
- (?) посреднические гранты
- (??) Российский фонд технологического развития (РФТР) – это:
- (?) Государственные доноры
- (?) Доноры-посредники
- (?) Частные доноры
- (?) Нет правильного ответа
- (??) Благотворительная помощь, предоставляемая целевым образом для осуществления конкретной деятельности:
- (?) целевые гранты
- (?) начальные гранты
- (?) корпоративные гранты
- (?) капитальные гранты
- (??) Стимулирующие гранты – это:
- (?) вид благотворительной помощи, предполагающий обязательное привлечение дополнительных источников финансирования
- (?) благотворительная помощь, составляющая определенный процент от необходимой суммы с целью ее стимулирования к дальнейшему обращению к донорам; либо средства, выделяемые на проведение кампаний по сбору средств для некоммерческих организаций.
- (?) благотворительная помощь, предоставляемая в виде материальных ценностей, а не денежных средств.
- (?) благотворительная помощь, предоставляемая спонсором для проведения социально ориентированной политики от его имени.
- (??) Какие программы относятся к программам развития высоких технологий и модернизации производства:
- (?) программа «Модернизация транспортной системы России (2002-2010 годы)»;
- (?) программа «Антикризисная система»;
- (?) Развитие федеративных отношений и создание условий для эффективного и ответственного управления региональными и муниципальными финансами
- (?) Содействие повышению качества управления региональными и муниципальными финансами
- (??) В Федеральном законе от 23.08.96 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» содержится определение о:

- (?) Грантах как пожертвовании
- (?) Благотворительных грантах
- (?) Государственных грантах
- (?) Научных грантах
- (??) Гранты (и программы) в научной деятельности в РФ можно условно разделить на следующие категории:
 - (?) государственные и частные;
 - (?) отечественные и международные;
 - (?) персональные и коллективные
 - (?) все ответы верны
- (??) Комплекс межотраслевых (междисциплинарных) технологических решений, которые создают предпосылки для дальнейшего развития различных тематических технологических направлений, имеют широкий потенциальный круг конкурентоспособных инновационных приложений в разных отраслях экономики и вносят в совокупности наибольший вклад в реализацию приоритетных направлений развития науки, технологий и техники это:
 - (?) Альтернативная технология
 - (?) Равновесная технология
 - (?) Экономическая технология
 - (?) Критическая технология
- (??) Какие из перечисленных относятся к приоритетным направлениям развития науки и техники РФ:
 - (?) Информационно-телекоммуникационные системы.
 - (?) Автоматические системы бронирования
 - (?) Логистические системы
 - (?) Дорожно-строительная база
- (??) Гранты TEMPUS относятся к:
 - (?) международными грантам
 - (?) отечественными грантам
 - (?) персональным грантам
 - (?) коллективным грантам
- (??) В развитии каких отраслей нашло применение экономическое и научно-техническое прогнозирование?
 - (?) энергетика
 - (?) транспорт
 - (?) электроника
 - (?) навигация
- (??) В каком году правительство РФ приняло решение о разработке и последующей реализации нового вида социально-экономических программ:
 - (?) 2012
 - (?) 2016
 - (?) 2008
 - (?) 2010
- (??) Благотворительная помощь, составляющая определенный процент от необходимой суммы с целью ее стимулирования к дальнейшему обращению к донорам; либо средства, выделяемые на проведение кампаний по сбору средств для некоммерческих организаций это:
 - (?) посреднические гранты
 - (?) перспективные гранты
 - (?) стимулирующие гранты
 - (?) начальные гранты
- (??) Начальные гранты – это:

(?) вид благотворительной помощи, предполагающий обязательное привлечение дополнительных источников финансирования

(?) благотворительная помощь, предоставляемая неприбыльным организациям на начальном этапе их развития (как правило, до 1 года) в целях обеспечения их устойчивости и институционального развития; либо гранты на создание новых организаций (новых направлений в рамках действующей организации)

(?) благотворительная помощь, предоставляемая в виде материальных ценностей, а не денежных средств

(?) благотворительная помощь, предоставляемая спонсором для проведения социально ориентированной политики от его имени

(??) Фонд Евразия – это:

(?) Государственные доноры

(?) Доноры-посредники

(?) Частные доноры

(?) Нет правильного ответа

(??) Учреждения, получающие средства из бюджета своего государства:

(?) Внебюджетные фонды

(?) Фонды страхования

(?) Муниципальные фонды

(?) Государственные доноры

(??) В число приоритетных направлений развития науки и техники федерального значения входят:

(?) демографические исследования

(?) экология и рациональное использование

(?) критические технологии федерального уровня

(?) образование и здравоохранение

(??) Критическими технологиями НЕ являются такие:

(?) которые носят межотраслевой характер

(?) создают существенные предпосылки для развития многих технологических областей или направлений исследований и разработок

(?) которые дают в совокупности главный вклад в решение ключевых проблем реализации приоритетных направлений развития науки и технологии

(?) концепции предполагающие кардинальные сдвиги в природе и обществе

(??) К видам наказания в педагогике относятся:

(?) моральное и словесное осуждение,

(?) штрафы и взыскания,

(?) лишение права на образование.

(??) Развитие педагогики обусловлено:

(?) чередой научно-технических революций в XX веке,

(?) осознанной потребностью общества в формировании подрастающего поколения,

(?) вниманием элиты к проблемам развития низших социальных слоев.

(??) Педагогика – это наука о

(?) воспитании ребенка в условиях образовательных учреждений,

(?) образовании и воспитании человека, преимущественно в детстве и юности,

(?) свободном формировании личности человека с рождения до старости.

(??) Социальная педагогика – это наука

(?) о воздействии социальной среды на формирование личности человека,

(?) о воспитании ребенка в рамках системы образования,

(?) о формах взаимодействия личности и общества.

(??) Что собой представляет мировоззрение человека?

(?) Система взглядов человека на окружающую действительность – природу и общество.

- (?) Осознание собственного «я» в процессе социального взаимодействия.
- (?) Оценка деятельности государства с точки зрения гражданина.
- (??) Предметом педагогики выступает
 - (?) процесс обучения ребенка в образовательных учреждениях,
 - (?) процесс общения педагога с учеником,
 - (?) процесс формирования и развития личности в ходе ее обучения и воспитания.
- (??) Социализация – это
 - (?) процесс вхождения индивида в социальную среду путем овладения социальными нормами,
 - (?) процесс обучения учащихся в дошкольных и школьных образовательных учреждениях,
 - (?) процесс непрерывного образования индивида в течение его жизни.
- (??) Метод воспитания – это
 - (?) способ стимулирования развития воспитуемого путем предъявления ему эталона,
 - (?) актуальный для определенного возраста способ формирования знаний, умений и навыков,
 - (?) способ воздействия на сознание, волю и чувства воспитуемого с целью выработки у него определенных убеждений.
- (??) Наказание – это
 - (?) метод педагогического воздействия, предупреждающий нежелательные поступки,
 - (?) метод выявления пороков развития личности,
 - (?) основной метод воспитания и развития личности.
- (??) Личность в педагогике выражается совокупностью
 - (?) знаний, умений и навыков,
 - (?) социальных качеств, приобретенных индивидом,
 - в) биологических и социальных признаков.
- (??) Используют ли на Западе понятие «кадровый резерв» говоря о развитии персонала?
 - (?) Используют
 - (?) Частично, в некоторых сферах
 - (?) Практически не используют
 - (??) Последовательность должностных позиций, сменяющих друг друга, в соответствии с организационной структурой и определяющая траекторию движения работника, с разведением траекторий по профилям деятельности это-
 - (?) Штатное расписание
 - б) Организационная структура предприятия
 - в) Карьерная лестница сотрудников
 - (??) В чем заключается управление деловой карьерой?
 - (?) В нормировании трудового процесса и тарификации оплаты труда; разработке систем материального и нематериального стимулирования, а также в применении методов морального поощрения персонала.
 - (?) С момента принятия работника в организацию и до предполагаемого увольнения с работы необходимо организовать планомерное горизонтальное и вертикальное продвижение работника по системе должностей.
 - (?) В ведении учета и статистики персонала; информационном и техническом обеспечении системы управления персоналом; обеспечении персонала необходимой для работы научно-технической информацией.
 - (??) Какой метод развития персонала НЕ применяется на Западе?
 - (?) изменение должности, а не функциональных обязанностей
 - (?) работа (стажировка) в новой должности с расширенными обязанностями
 - (?) распределение ответственности за конечный результат между должностными лицами

(??)Что из перечисленного не относится к принципам эффективной работы по развитию карьеры?

(?)Индивидуальные вектора развития персонала должны совпадать с вектором развития организации.

(?)Развитие персонала необходимо проводить по нескольким выбранным направлениям.

(?)Развитие сотрудника должно сочетаться с повышением его лояльности к организации, ее корпоративной культуры.

(??)Выберете правильное соотношение в карьере управленца и специалиста в конкретной области экономики страны и международного рынка товаров и услуг.

(?)Абсолютно различны

(?)Существует различие

(?)Одинаковы

(?)Нет различий

(??)Какие виды и типы карьеры существуют?

(?)Внутриорганизационная, межорганизационная .

(?)Специализированная, неспециализированная.

(?)Вертикальная, горизонтальная, ступенчатая, скрытая.

(?)Внутриорганизационная, межорганизационная, специализированная, неспециализированная, вертикальная, горизонтальная, ступенчатая, скрытая.

(??)Какой вид карьеры предполагает перемещение из одной профессиональной области в другую без повышения уровня иерархии?

(?)Вертикальная

(?)Горизонтальная

(?)Ступенчатая

г)Центростремительная

(??)Спиральная карьера характеризуется -

(?)Однозначным выбором профессии и четким планированием этапов профессионального развития.

(?)Заключается в постоянном стремлении к конкретному статусу. После его достижения профессиональное развитие затормаживается, карьерный рост перестает интересовать работника.

(?)Достижением профессиональных высот в процессе перемены видов деятельности.

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методология как учение о методах исследования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Классификация методов научного исследования	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. Моделирование – это:
2. Моделирование относится к:
3. В какой из этапов включает в себя общий анализ данных опыта, их статистическая обработка, интерпретация, сравнение и обобщение, установление новых фактов, обоснование или опровержение исследуемых гипотез, при необходимости уточнение дальнейших исследовательских программ являются:
4. Подготовительный этап как основополагающий включает в себя:
5. К этапам экспериментального исследования относятся:
6. Классификация эксперимента по целям исследования:.

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия

**Модуль 1. Раздел 2. Современные методы научных исследований.
Исследовательский инструментарий**

Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Три составляющих научного исследования: теория, методология и практика	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Организация исследования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. выявление исторических фактов и на это основе мысленное воссоздание исторического процесса, при котором раскрывается логика его движения это:
2. Предметом исследования в теории туризма являются:
3. Какие методы исследования используются только в какой-нибудь одной отрасли научного знания либо их применение ограничивается несколькими узкими областями знания?
4. По характеру моделей выделяют:
5. Метод, который применяют при изучении различных технологий, режимов работы и аппаратов, хозяйственных комплексов, а также в управлении предприятиями, распределениями ресурсами, называется:

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: доклад.

Перечень темы докладов к разделу 2:

1. Два всеобщий философских метода познания: диалектический и метафизический.
2. Классификация методов научных исследований.

3. Логические основы системного анализа.
4. Методы и методология научного познания.
5. Принципы системного анализа.
6. Основные этапы и методология системного анализа.
7. Особенности использования различных методов научных исследований.
8. Методы дедукции.
9. Методы индукции.
10. Ученые степени и звания.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??)Современные методы научных исследований(??)

(??)Методология – это:

(?)способы, приемы проведения исследования, способы достижения позитивных результатов при исследовании проблем и явлений.

(?)совокупность подходов, способов и приемов проведения научных исследований

(?)учение о структуре, логической организации, методах и средствах деятельности.

(?)способы сбора, обработки и анализа данных.

(??)Методы исследования – это:

(?)совокупность целей, подходов, ориентиров, приоритетов, средств и методов исследования.

(?)учение о принципах построения, формах и способах научного познания.

(?)совокупность подходов, способов и приемов проведения научных исследований.

(?)способы, приемы проведения исследования, способы достижения позитивных результатов при исследовании проблем и явлений.

(??)Методика исследований – это:

(?)совокупность целей, подходов, ориентиров, приоритетов, средств и методов исследования.

(?)учение о принципах построения, формах и способах научного познания.

(?)совокупность подходов, способов и приемов проведения научных исследований.

(?)способы, приемы проведения исследования, способы достижения позитивных результатов при исследовании проблем и явлений.

(??)Методика исследований определяет:

(?)оборудование, приборы

(?)количество опытов, план работы

(?)затраты времени и средств

(?)результат

(??)Традиционно метод определяют, как:

(?) систему регулятивных принципов и правил деятельности, которыми руководствуется субъект при исследовании некоторого объекта.

(?) способ теоретического исследования или практического осуществления чего-н.

(?) путь исследования или познания.

(?) прием, способ, образ действия.

(??) Кто утверждает, что «метод есть не что иное, как осознанный и пригодный для повторных применений способ»?

(?)И. Веселов

(?)А. Герасимов

(?)Т. Котарбинский

(?) В. Фёдоров

(??)Все методы научного исследования подразделяются на:

(?)эмпирические методы и конкретно-научные методы.

(?)общенаучные методы и конкретно-научные (специальные) методы.

(?)общенаучные методы, специальные методы и эмпирические методы

(?)эмпирические методы и общенаучные методы

(??)В структуре общенаучных методов чаще всего выделяют:

- (?)2 группы
- (?)3 группы
- (?)4 группы
- (?)5 группы
- (??)К общенаучным методам исследования относятся:
 - (?)общелогические методы и приемы исследования
 - (?)методы теоретического познания,
 - (?)методы эмпирического исследования.
 - (?)интерпретационные методы
- (??)При проведении теоретического исследования ученый имеет дело:
 - (?)не с самой реальностью, а с ее мысленной репрезентацией
 - (?)не с ее мысленной репрезентацией, а с самой реальностью
 - (?)с самой реальностью
 - (?)нет правильного ответа.
- (??)Эмпирическое исследование проводится для проверки:
 - (?)результата исследований
 - (?)количества времени исследований
 - (?)правильности теоретических построений.
 - (?)оценить работы
- (??)Анализ относится к:
 - (?)общелогическим методам
 - (?)методам теоретического познания,
 - (?)методам эмпирического исследования.
 - (?)нет правильного ответа.
- (??)синтез относится к:
 - (?)методам теоретического познания,
 - (?)методам эмпирического исследования.
 - (?)общелогическим методам
 - (?)нет правильного ответа.
- (??)Анализ – это:
 - (?)соединение ранее выделенных частей предмета в единое целое через познание системы взаимодействия внутренних частей как целого.
 - (?)мыслительная процедура, связанная с образованием абстрактных объектов, принципиально не осуществимых в действительности.
 - (?)восхождение процесса познания от общего к единичному.
 - (?)расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения).
- (??)Синтез – это:
 - (?)расчленение целостного предмета на составляющие части (стороны, признаки, свойства или отношения).
 - (?)соединение ранее выделенных частей предмета в единое целое через познание системы взаимодействия внутренних частей как целого.
 - (?)мыслительная процедура, связанная с образованием абстрактных объектов, принципиально не осуществимых в действительности.
 - (?)восхождение процесса познания от общего к единичному.
- (??)Разновидностями анализа являются:
 - (?)классификация
 - (?)индукция
 - (?)периодизация
 - (?)дедукция
- (??)Мыслительная процедура, связанная с образованием абстрактных объектов, принципиально не осуществимых в действительности, называется:

- (?) синтезом
- (?) анализом
- (?) идеализацией
- (?) дедукция
- (??) Обоснование индукции как метода связано с именем кого:
- (?) Аристотеля
- (?) Галилея
- (?) Ньютона
- (?) нет правильного ответа.
- (??) Какие из нижеперечисленных описаний относятся к индукции:
- (?) восхождение процесса познания от общего к единичному.
- (?) метод исследования и способ рассуждения, в котором общий вывод строится на основе частных посылок.
- (?) движение мысли от единичного (опыта, фактов) к общему (их обобщению в выводах).
- (?) нет правильного ответа.
- (??) К методам теоретического уровня относятся:
- (?) аксиоматический
- (?) идеализация
- (?) гипотетический
- (?) абстрагирование
- (??) Элементы аксиоматики встречались в трудах:
- (?) Ньютона
- (?) Платона
- (?) Аристотеля
- (?) Гиппократ
- (??) Наиболее широко аксиоматический метод используется в:
- (?) Математике
- (?) Литературе
- (?) Географии
- (?) Все ответы
- (??) Гипотетический (или гипотетико-дедуктивный) метод – это:
- (?) способ исследования, который состоит в том, что некоторые утверждения принимаются без доказательств и затем по определенным логическим правилам из них выводятся остальные знания.
- (?) метод теоретического исследования и изложения, состоящий в движении научной мысли от исходной абстракции через последовательные этапы углубления и расширения познания к результату - целостному воспроизведению в теории исследуемого предмета.
- (?) способ исследования с использованием научной гипотезы, т.е. предположения о причине, которая вызывает данное следствие, или о существовании некоторого явления или предмета.
- (?) нет правильного ответа.
- (??) К общей структуре гипотетико-дедуктивного метода относятся:
- (?) выдвижение догадки (гипотезы, предположения) о причинах и закономерностях данных явлений с помощью разнообразных логических приемов;
- (?) оценка основательности и серьезности предположений и отбор из множества из них наиболее вероятного;
- (?) выведение из гипотезы (обычно дедуктивным путем) следствий с уточнением ее содержания;
- (?) нет правильного ответа.
- (??) Отображение явления или предмета в знаковой форме какого-либо искусственного языка и изучение этого явления или предмета путем операций с соответствующими знаками называется:
- (?) Формализацией

- (?)Абстрагированием
- (?)Системным методом
- (?)нет правильного ответа.
- (??)Восхождение от абстрактного к конкретному – это:
- (?)метод теоретического исследования и изложения, состоящий в движении научной мысли от исходной абстракции через последовательные этапы углубления и расширения познания к результату - целостному воспроизведению в теории исследуемого предмета.
- (?)способ исследования, который состоит в том, что некоторые утверждения принимаются без доказательств и затем по определенным логическим правилам из них выводятся остальные знания.
- (?)способ исследования с использованием научной гипотезы, т.е. предположения о причине, которая вызывает данное следствие, или о существовании некоторого явления или предмета.
- (?)нет правильного ответа.
- (??)Результатом использования какого метода является конкретное знание, обогащенное знанием всех основных элементов целого и их существенных связей:
- (?)Восхождения от абстрактного к конкретном
- (?)Абстрагирования
- (?)Системного
- (?)Обобщения
- (??)Какие методы носят универсальный характер и являются обязательным для любого процесса научного исследования в туризме:
- (?)абстрагирования
- (?)восхождения от абстрактного к конкретному
- (?)оба варианта верны
- (?)оба варианта не верны
- (??)К классификации типов абстракций относятся:
- (?)изолирующая абстракция соответствует цели вычленения и чёткой фиксации исследуемого явления.
- (?)обобщающая абстракция соответствует цели получения общей картины явления.
- идеализация соответствует цели замещения реальной, эмпирически данной ситуации
- (?)идеализированной схемой для упрощения изучаемой ситуации и более эффективного использования существующих методов и средств исследования.
- (?)нет правильного ответа
- (??)Реализация процесса абстрагирования включает:
- (?)оценка возможности и целесообразности замещения;
- (?)акт замещения.
- (?)оба варианта верны
- (?)оба варианта не верны
- (??)Установление общих свойств и отношений предметов и явлений, определение общего понятия, в котором отражены существенные, основные признаки предметов или явлений данного класса, называется:
- (?)Наблюдением
- (?)Обобщением
- (?)Абстрагированием
- (?)Системным методом
- (??)Исторический метод – это ...
- (?)целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств
- (?)установление общих свойств и отношений предметов и явлений, определение общего понятия, в котором отражены существенные, основные признаки предметов или явлений данного класса

- (?) выявление исторических фактов и на это основе мысленное воссоздание исторического процесса, при котором раскрывается логика его движения
- (?) нет правильного ответа
- (??) Системный метод относится к:
- (?) общелогическим методам
- (?) методам теоретического познания
- (?) методам эмпирического исследования
- (?) интерпретационным методам
- (??) К методам эмпирического уровня относятся:
- (?) описание
- (?) обобщение
- (?) счет
- (?) сравнение
- (??) Описание – это:
- (?) сопоставление признаков, присущих двум или нескольким объектам.
- (?) целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств.
- (?) фиксация признаков исследуемого объекта, которые устанавливаются, например, путем наблюдения или измерения.
- (?) нет правильного ответа.
- (??) Целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств, называется:
- (?) описание
- (?) обобщение
- (?) наблюдение
- (?) сравнение
- (??) Основное требование к наблюдению:
- (?) целенаправленность
- (?) систематичность
- (?) оба варианта верны
- (?) оба варианта не верны
- (??) Описание бывает:
- (?) непосредственным, когда исследователь отмечает признаки объекта, которые воспринимались другими лицами.
- (?) опосредованным, когда исследователь непосредственно воспринимает и указывает признаки объекта.
- (?) непосредственным, когда исследователь непосредственно воспринимает и указывает признаки объекта.
- (?) опосредованным, когда исследователь отмечает признаки объекта, которые воспринимались другими лицами.
- (??) Метод сравнительных аналогий – это:
- (?) сопоставление признаков, присущих двум или нескольким объектам.
- (?) целенаправленное непосредственное восприятие явлений объективной действительности, в ходе которого получают знания о внешних сторонах, свойствах и отношениях изучаемых объектов при помощи органов чувств.
- (?) фиксация признаков исследуемого объекта, которые устанавливаются, например, путем наблюдения или измерения.
- (?) нет правильного ответа.
- (??) Требования к сравнению:

(?)Для сравнения должны быть выбраны сопоставимые величины. Сопоставимость должна быть комплексная и включать единство объемных, стоимостных, качественных, структурных показателей.

(?)Объекты сравнения должны быть одинаковы не только по названию, но и по содержанию главных компонентов.

(?)Необходимо соблюдать требования единства периодов времени, за которые производится сравнение объектов.

(?)Нет правильного ответа

(??)Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования в туристской деятельности(??)

(??)Предметом исследования в теории туризма являются:

(?) индустрия туризма

(?) туристская деятельность

(?) инфраструктура туризма

(?) экономика туризма

(??)Исторически развивалось из наблюдений и сравнения, называются:

(?)Измерением

(?)описанием

(?)обобщением

(?)наблюдением

(??)Кто провозгласил принцип количественного подхода к явлениям, согласно которому описание физических явлений должно опираться на величины, имеющие количественную меру – число?

(?)Ньюто́н

(?)Платон

(?)Галилей

(?)Гиппократ

(??)Измерение предполагает наличие следующих основных элементов:

(?)объекта измерения и единицы измерения

(?)метода измерения и наблюдателя

(?)объекта измерения, единицы измерения, измерительного устройства

(?)объекта измерения, единицы измерения, измерительного устройства, метода измерения, наблюдателя

(??)К структуре научного измерения относятся:

(?)объект измерения, рассматриваемый как измеряемая величина

(?)материальные средства измерения - эталоны, инструменты,

(?)приборы, преобразователи, установки и др., имеющие нормированные метрологические характеристики;

(?)методы измерения, включающие совокупность практических

(??)Вещи, меры, измерительные приборы, обеспечивающие воспроизведение, сохранение и передачу единиц измерений с наивысшей точностью, достижимой при данном состоянии науки и техники, называются:

(?)методом измерения

(?)эталоны

(?)результат измерения

(?)нет правильного ответа

(??)Абстрагирование относится к:

(?)общелогическим методам

(?)методам теоретического познания,

(?)методам эмпирического исследования.

(?)нет правильного ответа

(??)Дедукция относится к: _____

- (?)общелогическим методам
- (?)методам теоретического познания,
- (?)методам эмпирического исследования.
- (?)нет правильного ответа
- (??)Эксперимент – это:
- (?)изучение объекта путем создания и исследования его копии, заменяющей оригинал с определенных сторон, интересующих познание.
- (?)апробирование, испытание изучаемых явлений в контролируемых и управляемых условиях.
- (?)фиксация признаков исследуемого объекта, которое устанавливаются, например, путем наблюдения или измерения.
- (?)нет правильного ответа.
- (??)Классификация эксперимента по целям исследования:
- (?)физический, химический, биологический, психологический, социальный
- (?)качественный и количественный
- (?)преобразующий, констатирующий, контролирующий, поисковый, решающий
- (?)простые и сложные
- (??)Классификация эксперимента по природе исследуемого объекта:
- (?)физический, химический, биологический, психологический, социальный
- (?)качественный и количественный
- (?)лабораторный, полевой, полигонный, производственный и др.
- (?)простые и сложные
- (??)К этапам экспериментального исследования относятся:
- (?)подготовительный
- (?)проведение экспериментального исследования
- (?)обработка опытных данных
- (?)нет правильного ответа
- (??)Подготовительный этап как основополагающий включает в себя:
- (?)постановка проблемы и выдвижение гипотез, подлежащих проверке
- (?) камеральная обработка фактического материала
- (?)проектирование и материальное воплощение экспериментальной установки
- (?)разработка методики исследования и анализ ее практической применимости
- (??)В какой из этапов включает в себя общий анализ данных опыта, их статистическая обработка, интерпретация, сравнение и обобщение, установление новых фактов, обоснование или опровержение исследуемых гипотез, при необходимости уточнение дальнейших исследовательских программ являются:
- (?)подготовительным этапом
- (?)этапом проведения экспериментального исследования
- (?)этапом обработки опытных данных
- (?)нет правильного ответа
- (??)Моделирование относится к:
- (?)эмпирическим методам
- (?)общенаучным методам
- (?)специальным методам
- (?)эмпирическим методам и общенаучным методам
- (??)Моделирование – это:
- (?)апробирование, испытание изучаемых явлений в контролируемых и управляемых условиях.
- (?)фиксация признаков исследуемого объекта, которое устанавливаются, например, путем наблюдения или измерения.
- (?)изучение объекта путем создания и исследования его копии, заменяющей оригинал с определенных сторон, интересующих познание.

(?)нет правильного ответа

(??)Метод, который применяют при изучении различных технологий, режимов работы и аппаратов, хозяйственных комплексов, а также в управлении предприятиями, распределениями ресурсами, называется:

(?)измерением

(?)описанием

(?)моделированием

(?)наблюдением

(??)По характеру моделей выделяют:

(?)предметное моделирование

(?)знаковое моделирование

(?)оба варианта верны

(?)оба варианта не верны _____

(??)Какие методы исследования используются только в какой-нибудь одной отрасли научного знания либо их применение ограничивается несколькими узкими областями знания?

(?)эмпирические методы

(?)общенаучные методы

(?)специальные методы

(?)все ответы

(??)выявление исторических фактов и на это основе мысленное воссоздание исторического процесса, при котором раскрывается логика его движения это:

(?)исторический метод

(?)дедуктивный метод

(?)описательный метод

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Общие сведения об информации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Информационное обеспечение научных исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Поиск информации. Справочно-библиографическое обслуживание	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Количественные и качественные характеристики информации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Источники информации о реализуемых НИОКР. Виды НИОКР	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6.	Патентно-лицензионная деятельность	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7.	Государственная система научно-технической информации. Сервис интернет	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. Какой процент научных исследований можно было бы не проводить по подсчетам американских специалистов, из-за не правильной подборки информации:

2. Что не входит в информационный процесс научного исследования:
3. Какой критерий не относится к определению качества информации в научном исследовании:
4. Основная таблица УДК содержит понятия и соответствующие им индексы, с помощью которых систематизируют:
5. В условиях машинной обработки информация объединяется в упорядоченный массив и его структура не включает в себе:

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Основные принципы информатизации научных исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Вербальная, невербальная, синдикативная информация	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Информационные технологии обработки данных	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Классификация технологий обработки данных Информационная технология обработки данных	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Формирование информационной базы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6.	Обработка массива данных	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
7.	Внутримашинное информационное обеспечение	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. Невербальная информация не включает в себя:
2. Информационная технология обработки данных предназначена для:
3. Патент – это документ, удостоверяющий:
4. ГСНТИ представляет собой
5. Для успешного планомерного развития и внедрения новых информационных технологий в высшем образовании не нужно:

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: кейс-задание.

КЕЙС-ЗАДАНИЕ

1. Составьте перечень и дайте характеристику известных Вам научных журналов и изданий.
2. Охарактеризуйте достоинства и недостатки различных источников информации. Представьте ответ в виде таблицы (необходимо рассмотреть не менее 10 источников).

№ п/п	Источник информации	Достоинства	Недостатки
1			
2			
3			
4			
...			

3. Представьте в виде таблицы сравнительную характеристику информационных технологий, используемых при проведении и обработке результатов научных исследований.

№ п/п	Информационная технология	Характеристика
1		
2		
3		
4		
...		

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??)Качественные и количественные параметры информации и информационных источников(??)

(??)В условиях роста потоков информации, необходимости повышения оперативности ее поиска, обработки и расширения влияния на все направления деятельности человека ее надежным помощником становится:

(?) телефон

(?) google

(?) электронная-вычислительная машина

(?) Bluetooth

(??) «Семантическая информация» это:

(?) информация о объеме памяти

(?) информация, имеющая определенный смысл, который можно понять и интерпретировать с помощью естественного языка в процессе человеческого общения

(?) информация о внутренних процессах

(?) информация обработки

(??)Национальная система научно-технической информации – это:

- (?) место, где хранится вся информация
- (?) структура, определяющая важность информации
- (?) координация работ по удалению информации
- (?) организационно-правовая структура, с помощью которой формируется государственная информационная политика
- (??)Заданием информационного обеспечения является:
 - (?) собирательная функция
 - (?) исследование
 - (?) работоспособность ПО
 - (?) информирование о состоянии исследуемых объектов
- (??)Научно-техническая информация это:
 - (?) документированные или публично оглашенные сведения о достижениях науки
 - (?) совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан
 - (?) систематизированно собранная научно-техническая литература
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
- (??)Научно-информационная деятельность это:
 - (?) система экономических, организационных и правовых отношений
 - (?) это организационно-правовая структура
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
 - (?) совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан
- (??)Исследовательско-информационный фонд это:
 - (?) совокупность информационных ресурсов государственных органов научно-технической информации
 - (?) система экономических, организационных и правовых отношений
 - (?) совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов и исследовательско-поисковый аппарат
- (??)Информационный рынок это:
 - (?) документированные или публично оглашенные сведения
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
 - (?) система экономических, организационных и правовых отношений относительно продажи и покупки информационных ресурсов, технологий продукции и услуг.
 - (?) систематизированно собранная научно-техническая литература и документация
- (??)Национальная система научно-технической информации это:
 - (?) организационно-правовая структура, с помощью которой формируется государственная информационная политика
 - (?) показатели экономического развития общества
 - (?) сведения о человеке, коллективе и обществе в целом как объекте исследования.
 - (?) физические процессы в различных объектах
- (??)Научная информация классифицируется на:
 - (?)техническую, экономическую и социальную
 - (?)техническую, социальную и политическую
 - (?)социальную, структурную и общественную
 - (?)экономическую, информационную и социальную
- (??)Научный отчет это:
 - (?)научные периодические сборники, которые содержат опубликованные до начала конференции материалы
 - (?)научные издания, содержащие материалы предварительного характера
 - (?)квалификационные работы в определенной отрасли науки
 - (?)итоговый документ с изложением фактически выполненных исследований
 - (??) тезисы докладов это:

- (?) научные периодические сборники, которые содержат опубликованные до начала конференции материалы
- (?) исследовательские материалы научных учреждений учебных заведений
- (?) справочные издания, содержащие упорядоченный перечень словесных единиц
- (?) реферативные периодические издания, содержащие сведения о передовом опыте
- (??) научные журналы это:
 - (?) оперативные статистические данные
 - (?) изложенные в привлекательной форме сведения о продукции и услугах с целью повышения спроса на них
- (?) неопубликованные документы, которые представляют интерес для узкого круга специалистов
- (?) периодические издания, содержащие статьи и материалы об исследованиях теоретического и прикладного характера, предназначенные для научных работников
 - (??) информационные листки это:
 - (?) научные издания, содержащие материалы предварительного характера
 - (?) реферативные периодические издания, содержащие сведения о передовом опыте
 - (?) периодические издания рефератов
 - (?) итоговые документы с изложением фактически выполненных исследований
 - (??) статистические бюллетени это:
 - (?) неопубликованные документы, которые представляют интерес для узкого круга специалистов
- (?) реферативные периодические издания
- (?) периодические издания рефератов
- (?) оперативные статистические данные, которые характеризуют определенную сферу деятельности общества
 - (??) почему кандидатские и докторские диссертации представляют интерес для специалистов
 - (?) цениться мнение экспертов
 - (?) представляющая собой совокупность документов, содержащих сведения об открытиях
 - (?) не представляют интерес
 - (?) они содержат научно-техническую информацию, отличающуюся научной новизной и практической полезностью
- (??) Информация с ограниченным доступом делится на:
 - (?) конфиденциальную и секретную
 - (?) секретную и открытую
 - (?) профессиональную и деловую
 - (?) банковскую и системную
- (??) Ценность информации определяется:
 - (?) экономическим эффектом, который дает ее использование.
 - (?) экспертным мнением
 - (?) необходимостью ее применения
 - (?) практической задачей
- (??) Цель информатизации научно-исследовательской деятельности
 - (?) проведение исследований
 - (?) организация профилированных научно-учебных центров
 - (?) обеспечение доступа к банкам данных и базам знаний
 - (?) состоит в ускорении получения и углубления научных знаний
- (??) Вербальная информация это:
 - (?) информация, данная в устной, словесной форме
 - (?) информация, данная в письменной форме
 - (?) информация, представленная в символах

- (?) информация, данная в телепатической форме
- (??) Недостатки синдикативных данных:
 - (?) высокая стоимость
 - (?) низкое качества
 - (?) мало кому доступны
 - (?) подписчики не могут влиять на сбор информации
- (??) базовые технологии это:
 - (?) команда
 - (?) книги
 - (?) финансы
 - (?) техника
- (??) Информационная база не должна включать:
 - (?) Информацию о наиболее типичных управленческих проблемах
 - (?) Информацию обо всех имевших место управленческих решениях, принятых в организации по конкретным проблемам.
 - (?) Информацию о стоимости проделанной работы
 - (?) Готовые управленческие решения по стереотипным проблемам
- (??) Исходная информация о проблеме не должна включать:
 - (?) описание проблемной ситуации
 - (?) конкретные условия для решения проблемы
 - (?) содержательное описание самой проблемной ситуации
 - (?) дефицита времени и необходимых ресурсов
- (??) Слово «информация» вошло в постоянное употребление в середине двадцатого века с подачи:
 - (?) Д. Непер
 - (?) В. Шиккард
 - (?) К. Шеннона
 - (?) Ч.Бэббидж
- (??) научная работа не может с экономической точки зрения играть роль товара если:
 - (?) не приносит финансовые блага
 - (?) результат этого труда не распространяется в виде определенных сведений
 - (?) результат этого труда не делает автора известным
 - (?) не поддерживает устоявшейся порядки
- (??) Общие свойства информации, независимо от ее содержания, изучает:
 - (?) теория хранилища
 - (?) теория синтеза
 - (?) теория математического анализа
 - (?) теория информации
- (??) Поиск более совершенных способов фиксирования информации привел:
 - (?) к появлению компьютера
 - (?) к появлению жестких дисков
 - (?) к появлению облачных хранилищ
 - (?) к появлению письменности
- (??) английский физик Рэлей признавал, что люди науки часто вынуждены испытывать чувства
 - (?) стыда
 - (?) гордости
 - (?) высокомерия
 - (?) беспокойства
- (??) печатные носители стали проявлять свое несовершенство из-за:
 - (?) сложности поиска необходимой информации
 - (?) дороговизны

- (?) большого веса
- (?) недолговечности
- (??) Информационные технологии обработки массива данных(??)
- (??) самым известным проектом DARPA (Агентство передовых исследовательских проектов) является:
 - (?) первый компьютер
 - (?) браузер
 - (?) печатная машинка
 - (?) интернет
 - (??) функция Коммутации пакетов:
 - (?) блокировка сети
 - (?) шифрование данных
 - (?) автозаполнение полей
 - (?) разбиение запросов данных на маленькие части
 - (??) Соединение ARPANET за пределами США были переведены на использование нового протокола TCP/IP в:
 - (?) 1990 году
 - (?) 1985 году
 - (?) 1988 году
 - (?) 1982 году
 - (??) Норвежская телекоммуникационная компания Telenor создала первую версию браузера в:
 - (?) 1996 году
 - (?) 1994 году
 - (?) 1988 году
 - (?) 1989 году
 - (??) Обязательным условием эффективного проведения научного исследования является:
 - (?) информационное обеспечение
 - (?) финансовая составляющая
 - (?) лаборатория
 - (?) поддержка государства
- (??) В содержание информационного обеспечения научно-исследовательского процесса НЕ входит:
 - (?) плановое
 - (?) фактографическое
 - (?) законодательное
 - (?) финансовое
 - (??) Информационные ресурсы научно-технической информации это:
 - (?) научные или научно-популярные книжные издания
 - (?) документированные или публично оглашенные сведения о достижениях науки
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
 - (?) систематизированно собранная научно-техническая литература и документация
 - (??) Информационные ресурсы совместного использования
 - (?) совокупность информационных ресурсов государственных органов научно-технической информации
 - (?) квалификационные работы в определенной отрасли науки
 - (?) итоговые документы с изложением фактически выполненных исследований
 - (?) справочные издания, содержащие упорядоченный перечень словесных единиц
 - (??) Сборники научных работ это:
 - (?) оперативные статистические данные, которые характеризуют определенную сферу деятельности общества
 - (?) реферативные периодические издания, содержащие сведения о передовом опыте

- (?) справочные издания, содержащие термины какой-либо отрасли
- (?) исследовательские материалы научных учреждений, учебных заведений
- (??) Рекламные бюллетени это:
 - (?) показатели экономического развития общества и его отдельных структурных подразделений
 - (?) неопубликованные документы, которые представляют интерес для узкого круга специалистов
 - (?) изложенные в привлекательной форме сведения о продукции и услугах с целью повышения спроса на них
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
- (??) В первичную документацию периодических изданий НЕ входит:
 - (?) издания с продолжением
 - (?) журналы
 - (?) газеты
 - (?) информационные листки
- (??) Во вторичную документацию периодических изданий НЕ входит:
 - (?) экспресс-информация
 - (?) официальные бюллетени
 - (?) научные отчеты
 - (?) каталоги
- (??) в первичную документацию в изданиях НЕ входит:
 - (?) документы
 - (?) патентно-лицензионные издания
 - (?) производственные справки
 - (?) опытно-конструкторские работы
- (??) в первичную документацию в рукописных материалах НЕ входит:
 - (?) научные отчеты
 - (?) сборники рефератов научно-исследовательской информации
 - (?) информационные ведомости о проведенных научных конференциях
 - (?) доклады
- (??) Достоинством книги являются:
 - (?) низкая ценовая политика
 - (?) быстрый поиск информации
 - (?) доступность
 - (?) систематичность и полнота изложения
- (??) Патентная документация обладает высокой степенью достоверности, так как:
 - (?) подвергается тщательной экспертизе на новизну и полезность.
 - (?) высокая стоимость покупки
 - (?) для получения требуется высокая квалификация
 - (?) очень сложно получить
- (??) важным условием продуктивности и качества самостоятельной работы является:
 - (?) умение быстро читать
 - (?) обмен ценной информацией
 - (?) скоростной интернет
 - (?) умение быстро осуществлять поиск информации
- (??) В условиях машинной обработки информация объединяется в упорядоченный массив и его структура не включает в себе:
 - (?) набор файлов
 - (?) блок данных
 - (?) секцию файлов
 - (?) шифровка файлов

- (??) какой процент научных исследований можно было бы не проводить по подсчетам американских специалистов, из-за не правильной подборки информации:
- (?) от 10% до 20%
 - (?) от 20% до 30%
 - (?) от 30% до 40%
 - (?) от 40% до 50%
- (??) Основная таблица УДК содержит понятия и соответствующие им индексы, с помощью которых систематизируют:
- (?) человеческий потенциал
 - (?) профессиональную пригодность
 - (?) работоспособность человека
 - (?) человеческие знания
- (??) Какой критерий не относится к определению качества информации в научном исследовании:
- (?) целевое назначение
 - (?) ценность
 - (?) быстрое действие
 - (?) секретность
- (??) Что не входит в информационный процесс научного исследования:
- (?) исходную первичную и вторичную информацию
 - (?) переработку этой информации в соответствии с логикой и методологией исследования
 - (?) необходимость отметить определяющую роль информации в изучении истории исследуемой проблемы
 - (?) получение новой информации в логических формах
- (??) Для успешного планомерного развития и внедрения новых информационных технологий в высшем образовании не нужно:
- (?) системный анализ развития и внедрения НИТ
 - (?) разработка новых принципов организации вычислительных процессов
 - (?) разработка методов описания предметных областей и математического моделирования
 - (?) оставление старых принципов без изменений
- (??) Невербальная информация не включает в себя:
- (?) подтверждает или опровергает тот или иной факт
 - (?) не передает какого-то конкретного содержания
 - (?) информация, переданная без слов
 - (?) обмен информацией по средствам ведения диалога
- (??) Информационная технология обработки данных предназначена для:
- (?) обмена информацией между сотрудниками
 - (?) повышению рабочих мест
 - (?) повышению квалификации сотрудников
 - (?) решения хорошо структурированных задач
- (??) НИОКР это:
- (?) производственная деятельность
 - (?) научные исследования в области космонавтики
 - (?) совокупность работ, направленных на получение новых знаний и практическое применение при создании нового изделия или технологии
 - (?) новые технологии, используемые для совершенствования в сфере управления
- (??) Что НЕ относится к этапам НИОКР:
- (?) фундаментальные исследования
 - (?) опытно-конструкторские работы
 - (?) прикладные исследования

- (?)прогностические
- (??)Патент – это документ, удостоверяющий:
- (?)право на наследование
- (?)авторство
- (?)титул собственности на изобретение
- (?)согласие на производственную деятельность
- (??)ГСНТИ представляет собой:
- (?)совокупность органов НТИ, занимающихся опубликование научной информации
- (?)совокупность органов НТИ, призванных профессионально заниматься сбором, хранением, аналитической переработкой всей имеющейся и вновь появляющейся информации
- (?)совокупность органов НТИ, занимающихся утилизацией старой информации
- (?)совокупность органов НТИ, призванных следить за соблюдением секретности

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 1. Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Формы представления результатов исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методические рекомендации по изложению материала научного исследования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Отбор необходимых компонентов ресурсно-информационной базы научных исследований для решения конкретных задач в процессе проведения научного исследования	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. Импакт-фактор это:
2. Интегральный показатель журнала в системе Science Index используется при:
3. универсальным инструментом, помогающим решать научно-исследовательские задачи является:
4. С какого года компания «Научная электронная библиотека» запустила проект в области наукометрии Российский индекс научного цитирования (РИНЦ):
5. индекс цитируемости показывает:
6. По инициативе какой организации была создана платформа eLIBRARY.RU:
7. Назовите национальную библиографическую базу данных научного цитирования

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Модуль 1. Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Системы доступа к научно-технической информации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Поиск, нахождение и обработка научной информации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Регистрация поступивших материалов заявки на полезную модель	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Базы данных о публикациях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Основные используемые в наукометрии показатели	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Введение.

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

Вопросы к обсуждению:

1. Каким наукометрическим показателем оценивается научная продуктивность авторов научных публикаций: ...
2. Формирование и ведение Российского сводного каталога научно-технической литературы, поступающей в фонды органов научно-технической информации и научно-технические библиотеки, осуществляет: ...

3. Каким наукометрическим показателем оценивается научная продуктивность авторов научных публикаций: ...

4. Интегральный показатель в системе Science Index используется при построении рейтинга: ...

5. Показателем качества научного журнала, вычисляемого по данным о цитируемости опубликованных в нем статей является: ...

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат-презентация.

Перечень тем реферат-презентаций к разделу 4:

1. Научная работа студентов (НРС).
2. Компетенции бакалавра. Компетенции магистра.
3. Инновации в науке.
4. История, предмет, цели системного анализа.
5. Характеристика атрибутов системного анализа как научного знания.
6. Применение системного анализа.
7. Системные характеристики.
8. Материальные системы.
9. Абстрактные системы.
10. Системы и подсистемы в природе и технике.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??) Научные публикации. Требования к оформлению публикаций (??)

(??) Реферат представляет собой:

(?) одну из заключительных форм научного исследования

(?) предварительные выводы о проведенном исследовании

(?) одну из начальных форм представления результатов исследования в письменном виде

(?) аннотацию исследования

(??) Научная статья является:

(?) одной из начальных форм представления результатов исследования в письменном виде

(?) самой распространенной формой литературной продукции исследователя

(?) теоретически обоснованные методические рекомендации по совершенствованию исследуемого процесса

(?) информация обработки

(??) Что называется монографией:

(?) место, где хранится вся информация

(?) методические рекомендации

(?) предварительная публикации итогов исследования

(?) монографией называется научное издание, в котором какая-то проблема рассматривается достаточно разносторонне и целостно

(??) Диссертацией является:

(?) материалы НИОКР

(?) результаты исследования в сжатой форме, представленные на конференции

(?) отчет о проведении научно-технической работы коллективом авторов

(?) результат научной работы, подготовленный для публичной защиты

(??) Научно-техническая информация это:

(?) документированные или публично оглашенные сведения о достижениях науки

(?) совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан

(?) систематизированно собранная научно-техническая литература

(?) совокупность упорядоченных первичных документов

- (??) Понятие «Термин» означает:
- (?) система взглядов и рекомендаций
 - (?) научное изложение результатов исследования
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов
 - (?) слово или словосочетание, выражающее понятие специальной области знания или деятельности
- (??) Исследовательско-информационный фонд это:
- (?) совокупность информационных ресурсов государственных органов научно-технической информации
 - (?) система экономических, организационных и правовых отношений
 - (?) совокупность действий, направленных на удовлетворение потребностей граждан
 - (?) совокупность упорядоченных первичных документов и исследовательско-поисковый аппарат
- (??) Аннотация научной статьи выполняет функцию:
- (?) подведения итогов и выводов
 - (?) совокупность методов, используемых на при написании статьи
 - (?) расширенного названия статьи и ее содержания
- (?) собранной научно-технической литературы
- (??) Ключевые слов это:
- (?) поисковый образ научной статьи, лишенный синтаксической структуры
 - (?) заключение научной статьи
 - (?) сведения о человеке, коллективе и обществе в целом как объекте исследования.
 - (?) постановка научной проблемы
- (??) Изложение материала научной статьи в хронологической последовательности, описание и анализ изменений, которые произошли в том или ином лице, предмете с течением времени с помощью:
- (?) исторического метода
 - (?) индуктивного метода
 - (?) дедуктивного метода
 - (?) концентрического метода
- (??) Последовательное изложение материала в докладе соответствует:
- (?) концентрическому методу
 - (?) методу дедукции
 - (?) методу аналогии
 - (?) ступенчатому методу
- (??) тезисы докладов это:
- (?) научные периодические сборники, которые содержат опубликованные до начала конференции материалы
 - (?) исследовательские материалы научных учреждений учебных заведений
 - (?) справочные издания, содержащие упорядоченный перечень словесных единиц
 - (?) реферативные периодические издания, содержащие сведения о передовом опыте
- (??) научные журналы это:
- (?) оперативные статистические данные
 - (?) изложенные в привлекательной форме сведения о продукции и услугах с целью повышения спроса на них
 - (?) неопубликованные документы, которые представляют интерес для узкого круга специалистов
 - (?) периодические издания, содержащие статьи и материалы об исследованиях теоретического и прикладного характера, предназначенные для научных работников
- (??) Основными элементами структуры доклада являются:
- (?) аннотация, ключевые слова, главная часть, заключение
 - (?) введение, стержневая идея, основная часть, заключение

- (?) презентация, заключение
- (?) итоговый документ с изложением фактически выполненных исследований
- (??) Какие из перечисленных целей были преследованы при создании ГСНТИ:
 - (?) предоставление свободного доступа к текстам официальных документов, регламентирующих деятельность в сфере научно-технической информации, архивного, библиотечного и издательского дела, составляющим нормативно-правовую базу ГСНТИ
 - (?) увеличения реферативных периодических изданий
 - (?) повышения публикационной активности
 - (?) повышение эффективности как научных исследований, так и информационной деятельности
- (??) Назовите основное информационное издание, содержащее преимущественно рефераты, иногда аннотации и библиографические описания литературы, представляющей наибольший интерес для науки и практики:
 - (?) авторефераты диссертаций
 - (?) периодические издания
 - (?) пресса
 - (?) реферативные журналы
- (??) Назовите международную универсальную систему, позволяющую детально представить содержание документальных фондов и обеспечить оперативный поиск информации:
 - (?) УДК
 - (?) РИНЦ
 - (?) НИОКР
 - (?) Яндекс
- (??) Государственная система научно-технической информации представляет собой:
 - (?) совокупность научно-технических библиотек и организаций - юридических лиц независимо от формы собственности и ведомственной принадлежности, специализирующихся на сборе и обработке научно-технической информации
 - (?) совокупность научно-образовательных учреждений
 - (?) совокупность предприятий, осуществляющий сбор информации о научно-исследовательской деятельности
 - (?) совокупность научно-технических библиотек в образовательных учреждениях
- (??) Какие из перечисленных являются целью создания государственной системы научно-технической информации:
 - (?) проведение научных исследований
 - (?) организация профилированных научно-учебных центров
 - (?) содействие созданию рынка информационных продукции и услуг
 - (?) обеспечение формирования и эффективного использования государственных ресурсов научно-технической информации
- (??) Какие из перечисленных структур входят в состав государственной системы научно-технической информации:
 - (?) федеральные органы научно-технической информации
 - (?) высшие учебные заведения
 - (?) федеральные органы власти
 - (?) научно-технические библиотеки, отраслевые органы научно-технической информации и научно-технические библиотеки
- (??) Формирование и ведение Российского сводного каталога научно-технической литературы, поступающей в фонды органов научно-технической информации и научно-технические библиотеки, осуществляет:
 - (?) библиотека МГУ
 - (?) Российский государственный архив
 - (?) электронная библиотека
 - (?) Государственная публичная научно-техническая библиотека

- (??) РИНЦ это:
- (?) наиболее крупная российская государственная библиотека
 - (?) наиболее крупная российская система навигации
 - (?) наиболее крупная иностранная библиографическая база данных
 - (?) наиболее крупная российская библиографическая база данных
- (??) Интегральный показатель в системе Science Index используется при построении рейтинга:
- (?) вузов
 - (?) сборников научных статей
 - (?) российских научных журналов
 - (?) отдельных ученых
- (??) Каким наукометрическим показателем оценивается научная продуктивность авторов научных публикаций:
- (?) индекс цитируемости
 - (?) SJR и SNIP
 - (?) индекс оперативности
 - (?) индекс Хирша
- (??) Показателем качества научного журнала, вычисляемого по данным о цитируемости опубликованных в нем статей является:
- (?) средняя цитируемость
 - (?) индекс Хирша
 - (?) импакт-фактор
 - (?) общее количество публикаций
- (??) Интегральный показатель журнала в системе Science Index используется при:
- (?) построении рейтинга российских вузов
 - (?) построении рейтинга российских научных журналов
 - (?) построении рейтинга российских ученых
 - (?) построении рейтинга российских библиотек
- (??) универсальным инструментом, помогающим решать научно-исследовательские задачи является:
- (?) применение математических расчетов
 - (?) применением статистики
 - (?) применение теории математического анализа
 - (?) применение цифровых методов обработки информации
- (??) elibrary.ru это:
- (?) поисковая система
 - (?) книжный фонд
 - (?) государственное книгохранилище
 - (?) электронная библиотека
- (??) С какого года компания «Научная электронная библиотека» запустила проект в области наукометрии Российский индекс научного цитирования (РИНЦ):
- (?) 1998
 - (?) 2015
 - (?) 2000
 - (?) 2005
- (??) Импакт-фактор это:
- (?) показатель качества научного журнала, вычисляемый по данным о цитируемости опубликованных в нем статей
 - (?) показатель научной деятельности ученого
 - (?) показатель научной деятельности организации
 - (?) показатель количества публикаций
- (??) Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях (??)

- (??) индекс цитируемости показывает:
- (?) суммарное количество публикаций в РИНЦ
- (?) суммарное количество публикаций в Scopus
- (?) суммарное количество публикаций в Web of Science
- (?) суммарное количество цитирований всех статей автора или организации в наукометрических базах данных
- (??) SJR и SNIP рассчитываются:
- (?) в Scopus
- (?) в eLibrary
- (?) в РИНЦ
- (?) в Science Direct
- (??) Соединение ARPANET за пределами США были переведены на использование нового протокола TCP/IP в:
- (?) средняя цитируемость на общее количество статей вуза
- (?) общее количество цитирований на одну статью автора или организации
- (?) среднее количество цитирований на одну статью автора за последние 3 года
- (?) среднее количество цитирований на одну статью автора или организации
- (??) В eLIBRARY.RU представлены:
- (?) международные организации
- (?) почти все вузы России, ведущие медицинские организации России, иностранные научные компании
- (?) ведущие вузы России
- (?) ведущие медицинские организации России
- (??) В каком году была создана платформа eLIBRARY.RU:
- (?) 1999
- (?) 2005
- (?) 2000
- (?) 2012
- (??) По инициативе какой организации была создана платформа eLIBRARY.RU:
- (?) РГНФ
- (?) РФФИ
- (?) ВИНТИ
- (?) РФФИ
- (??) С какого года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями:
- (?) 1999
- (?) 2015
- (?) 2000
- (?) 2005
- (??) Назовите национальную библиографическую базу данных научного цитирования:
- (?) РИНЦ
- (?) Скопус
- (?) РФФИ
- (?) ВИНТИ
- (??) Под обработкой данных (информации) понимается:
- (?) математическая обработка и вычисление
- (?) укрупнение и моделирование
- (?) внесение в справочные издания, содержащие термины какой-либо отрасли
- (?) группировка, упорядочение, вычисление и получение новых данных, агрегирование
- (??) При поиске информации необходимо придерживаться определенных принципов ее формирования, а именно:
- (?) повторяемость
- (?) продолжительность и наглядность

- (?) актуальность, достоверность, информационное единство
- (?) совокупность упорядоченных первичных документов
- (??) Первичная документация это:
 - (?) опубликованные впервые данные
 - (?) исходные данные, которые являются результатом аналитико-синтетической переработки первичных данных
 - (?) исходные данные, которые являются результатом поиска информации
 - (?) исходные данные, которые являются результатом конкретных экспериментальных исследований
- (??) Вторичная информация это:
 - (?) опубликованные впервые данные
 - (?) исходные данные, которые являются результатом аналитико-синтетической переработки первичных данных
 - (?) исходные данные, которые являются результатом поиска информации
 - (?) исходные данные, которые являются результатом конкретных экспериментальных исследований
- (??) всемирное объединение региональных и корпоративных сетей, которые образуют единое информационное пространство называется:
 - (?) elibrary
 - (?) Scopus
 - (?) РИНЦ
 - (?) Internet
- (??) По способу фиксации информации документы подразделяются на:
 - (?) устные и письменные
 - (?) письменные, статистические, иконографические, фонетические, документы в закодированном виде
 - (?) на иностранном и русском языке
 - (?) разговорные и жестовые
- (??) Единая государственная система научно-технической информации это:
 - (?) МЦНТИ
 - (?) РИНЦ
 - (?) ВИНТИ
 - (?) ГСНТИ
- (??) Патентная документация должна обладать:
 - (?) высокой степенью достоверности, новизны и полезности.
 - (?) высокой степенью оригинальности
 - (?) высокой стоимостью
 - (?) высоким коэффициентом значимости
- (??) научная информация должна содержать:
 - (?) сведения и их математическую оценку
 - (?) статистические данные
 - (?) новизну
 - (?) сведения, их сбор, хранение и обработку
- (?) В ходе представления результатов исследования целевой аудитории рекомендуется использовать:
 - (?) видеофильм
 - (?) плакаты
 - (?) секцию файлов
 - (?) презентацию
- (??) Сопоставление различных явлений, событий, фактов в докладе производится с помощью:
 - (?) метода аналогии
 - (?) дедукции

- (?) индукции
- (?) исторического метода
- (??) Плагиат это:
- (?) цитирование первоисточников
- (?) человек, заимствующий чужие идеи
- (?) логически завешенная статья
- (?) умышленное присвоение авторства чужого произведения науки или мысли, или искусства, или изобретения
- (??) Кто несет ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений:
- (?) редакция журнала
- (?) электронная библиотека
- (?) аппоненты
- (?) автор
- (??) особенно ценными статьями в РФ считаются работы, опубликованные в:
- (?) сборниках статей
- (?) индексируемых в РИНЦ
- (?) профессиональных научных изданиях, утвержденных ВАК Минобрнауки России
- (?) размещенных в электронной библиотеке
- (??)Рубрикация статьи предполагает:
- (?) подведение ее под определенную рубрику
- (?) разработка новых принципов написания статьи
- (?) разработка методов описания предметных областей в статье
- (?) деление ее на логично подчиненные элементы – части, разделы, подразделы, пункты
- (??) Алгоритм написания научной статьи включает в себя:
- (?) сбор материала, статистическая обработка собранного материала, формулирование выводов
- (?) составление списка литературы, выбор темы, реализация замысла
- (?) замысел, план, сбор материала, группировка, проработка рукописи, проверка правильности оформления, литературная правка
- (?) сбор и обмен информацией с членами научного коллектива
- (??)Заключение научной статьи содержит:
- (?) приложение
- (?) список используемой литературы
- (?) аннотацию статьи
- (?) краткую формулировку выводов
- (??)Тезисы докладов и выступлений на конференциях это:
- (?) результаты диссертационной работы
- (?) результаты научных исследований, подготовленные для публичной защиты
- (?) результаты исследований в сжатой конспективной форме, подготовленные для публичного сообщения
- (?) результаты исследований, получившие положительную оценку
- (??)Какой из перечисленных документов содержит теоретически обоснованные методические рекомендации по совершенствованию исследуемого процесса:
- (?)научный отчет
- (?)тезисы доклада
- (?)монография
- (?)методическое пособие
- (??)Самой распространенной формой литературной продукции исследователя является:
- (?)автореферат диссертации
- (?)методическое пособие
- (?)научная статья

- (?) монография
- (??) Научный отчет в обязательном порядке должен включать:
- (?) статистику
- (?) рекомендации
- (?) таблицы и диаграммы
- (?) титульный лист, список авторов, краткий реферат, содержание, основную часть работы, список использованной литературы и приложения
- (??) Чем выражается главная идея научной публикации:
- (?) постановкой вопроса
- (?) постановкой цели
- (?) постановкой направления
- (?) постановкой гипотезы

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 2. Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие научного познания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Задачи и классификация научных исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основные понятия фундаментальных и прикладных исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Принципы и приемы научной деятельности, методы научных исследований	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:

7. Самое абстрактное определение идеи (начальная форма систематизации знаний) это:.
8. Положение, которое берется в качестве исходного, недоказуемого в данной теории это:.
9. Устойчивая, существенная, повторяющаяся связь явлений в природе и обществе, обуславливающая их логическое развитие.
10. Знание об объекте или явлении, достоверность которого доказана это:

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

**2. Тема практического (семинарского) занятия -
Модуль 2. Раздел 1. Организация процесса исследования
Тема 1.2. Этапы выполнения исследований**

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Описание этапов исследования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Организация процесса исследования	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Результаты и эффективность исследования	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. Верно ли утверждение: «Формулировка выбранной темы должна быть четкой, ясной и выражать сущность проблемы исследования»:
2. Верно ли утверждение: «При анализе картотеки можно выяснить, что намеченная для исследования проблема уже изучена, описана и широко применяется на практике»:
3. Продолжите фразу: «Далее следует составление первоначального плана научно-исследовательской работы. Его иногда называют ...»

4. Верно ли утверждение: «План не определяет систематичность и последовательность исследования»:
11. Какому из терминов соответствует данное определение: «совокупность и взаимосвязь способов, методов и приемов научно-исследовательской работы.»
12. Выберите, что из перечисленного употребляется в фразе «Вслед за проблемой исследования определяется его ... и предмет»

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем реферат к разделу 1:

1. Категориальный аппарат науки и системного анализа.
2. Связь. Классификация связей.
3. Системный подход. История становления.
4. Понятия системного подхода: "система", "элемент", "состав", "структура", "функции", "функционирование" и "цель".
5. Системный анализ.
6. Системный оператор. Признаки системных проблем.
7. Принципы системного анализа. Области применения знаний системного анализа.
8. Отличие системного анализа от других методов.
9. Алгоритм прикладного системного анализа.
10. Развитие системных представлений.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1:

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??)Фундаментальные и прикладные исследования(??)

(??)Идеальное воспроизведение в языковой форме обобщенных представлений о закономерных связях объективного мира это:

(?)логика

(?)методика

(?)знание

(?)память

(??)Процесс движения человеческой мысли от незнания к знанию называют:

(?)познанием

(?)логикой

(?)теорией

(?)практикой

(??)Человек познаёт законы природы (овладевает знаниями), чтобы применить их в своей производственной, общественной и научной деятельности, именуемой?

(?)теорией

(?)практикой

(?)знанием

(?)логикой

(??)Познание разделяют на:

(?)первичное и вторичное

(?)разумное и неразумное

(?)чувственное и рациональное

(?)правильное и неверное

(??)Отражение мозгом человека свойств предметов или явлений объективного мира, которые действуют на органы чувств это:

(?)ощущение

(?)понимание

- (?)доказательство
- (?)память
- (??)Вторичный образ предмета или явления, который в данный момент не действует на органы чувств человека, но обязательно действовал ранее это:
 - (?)доказательство
 - (?)логика
 - (?)память
 - (?)представление
- (??)Преобразование различных представлений в целую картину новых образов, в том числе и фантастических это:
 - (?)воображение
 - (?)познание
 - (?)представление
 - (?)практика
- (??)Сознательно осуществляемая познавательная деятельность, это целенаправленный процесс это:
 - (?)практика
 - (?)доказательство
 - (?)научное познание
 - (?)воображение
- (??)Интуитивное объяснение явления без промежуточной аргументации, без осознания всей совокупности связей, на основании которых делается вывод это:
 - (?)воображение
 - (?)научная идея
 - (?)понятие
 - (?)предположение
- (??)Предположение о причине, которая вызывает данное следствие это:
 - (?)заключение
 - (?)гипотеза
 - (?)воображение
 - (?)доказательство
- (??)Устойчивая, существенная, повторяющаяся связь явлений в природе и обществе, обуславливающая их логическое развитие
 - (?)гипотеза
 - (?)умозаключение
 - (?)научная идея
 - (?)закон
- (??)Система обобщённого знания, объяснения тех или иных сторон действительности это:
 - (?)гипотеза
 - (?)теория
 - (?)научная идея
 - (?)аксиома
- (??)Самое абстрактное определение идеи (начальная форма систематизации знаний) это:
 - (?)теория
 - (?)гипотеза
 - (?)научная идея
 - (?)принцип
- (??)Положение, которое берется в качестве исходного, недоказуемого в данной теории это:
 - (?)аксиома
 - (?)теория
 - (?)гипотеза
 - (?)факт

- (??)Знание об объекте или явлении, достоверность которого доказана это:
- (?)аксиома
 - (?)факт
 - (?)гипотеза
 - (?)принцип
- (??)Категория – это:
- (?)знание об объекте или явлении, достоверность которого доказана
 - (?)наиболее общие и фундаментальные понятия, отражающие существенные связи действительности
 - (?)положение, которое берется в качестве исходного, недоказуемого в данной теории
 - (?)начальная форма систематизации знаний
- (??)Умозаключение это:
- (?)мысль, в которой посредством связи понятий утверждается или отрицается что-либо
 - (?)более высокая степень научного знания
 - (?)интуитивное объяснение явления без промежуточной аргументации
 - (?)процесс мышления, составляющий последовательность двух или нескольких суждений, в результате которых выводится новое суждение
- (??)Раскрытие содержания понятия называют
- (?)определением
 - (?)умозаключением
 - (?)воображением
 - (?)фактом
- (??)Понятие это:
- (?)мысль, в которой посредством связи понятий утверждается или отрицается что-либо
 - (?)это мысль, отражающая существенные и необходимые признаки предмета или явления
 - (?)процесс мышления, составляющий последовательность двух или нескольких суждений
 - (?)интуитивное объяснение явления
- (??)Учение о методах научного познания и преобразования действительности, применения мировоззренческих принципов к процессу познания, духовному творчеству и практике называется:
- (?)методология
 - (?)философия
 - (?)логика
 - (?)теория
- (??)Объектом исследования является:
- (?)различные свойства, качества, структура системы, закономерности взаимодействия элементов внутри системы и вне ее, закономерности развития
 - (?)всестороннее, достоверное изучение объекта, процесса или явления, их структуры, связей и отношений
 - (?)материальная или идеальная система
 - (?)получение новых экспериментальных данных
- (??)Предметом исследования является:
- (?)различные свойства, качества, структура системы, закономерности взаимодействия элементов внутри системы и вне ее, закономерности развития
 - (?)всестороннее, достоверное изучение объекта, процесса или явления, их структуры, связей и отношений
 - (?)материальная или идеальная система
 - (?)получение новых экспериментальных данных
- (??)Всестороннее, достоверное изучение объекта, процесса или явления, их структуры, связей и отношений на основе разработанных в науке принципов и методов познания, а также получение и внедрение в производство полезных для человека результатов это:
- (?)цель исследования

- (?) объект исследования
- (?) предмет исследования
- (?) задача исследования
- (??) Исследования, направленные на открытие и изучение новых явлений и законов природы, на создание новых принципов исследования, называются:
 - (?) естественными
 - (?) фундаментальными
 - (?) прикладными
 - (?) гуманитарными
- (??) исследования, направленные на установление того, как можно использовать научные знания, полученные в результате фундаментальных исследований, называются:
 - (?) естественными
 - (?) фундаментальными
 - (?) прикладными
 - (?) гуманитарными
- (??) Прикладные исследования подразделяются на:
 - (?) разведочные, съемочные и камеральные
 - (?) расчетные, аналитические и экспериментальные
 - (?) моделирование и конструирование
 - (?) поисковые, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы
- (??) Поисковые исследования направлены на:
 - (?) установление фактов, влияющих на объект, отыскание путей создания новых технологий и техники
 - (?) подбор конструктивных характеристик, определяющих логическую основу конструкции
 - (?) создание новых технологий, опытных установок, приборов
 - (?) использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники, технологии производства и усовершенствование существующей техники
- (??) Научно-исследовательские работы направлены на:
 - (?) установление фактов, влияющих на объект, отыскание путей создания новых технологий и техники
 - (?) подбор конструктивных характеристик, определяющих логическую основу конструкции
 - (?) создание новых технологий, опытных установок, приборов
 - (?) использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники, технологии производства и усовершенствование существующей техники
- (??) Опытно-конструкторские работы направлены на:
 - (?) установление фактов, влияющих на объект, отыскание путей создания новых технологий и техники
 - (?) подбор конструктивных характеристик, определяющих логическую основу конструкции
 - (?) создание новых технологий, опытных установок, приборов
 - (?) использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники, технологии производства и усовершенствование существующей техники
- (??) Разработки направлены на:
 - (?) установление фактов, влияющих на объект, отыскание путей создания новых технологий и техники
 - (?) подбор конструктивных характеристик, определяющих логическую основу конструкции
 - (?) создание новых технологий, опытных установок, приборов
 - (?) использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники, технологии производства и усовершенствование существующей техники
- (??) Этапы выполнения исследования(??)
- (??) Под научным направлением понимается:
 - (?) совокупность сложных теоретических и практических задач, решение которых назрело в обществе

- (?) наука или комплекс наук, в области которых ведутся исследования
- (?) использование результатов прикладных исследований для создания и отработки опытных моделей техники
- (?) мелкие научные задачи, относящиеся к конкретной теме научного исследования
- (?): Назовите первый этап выполнения исследования:
- (?) исследовательский
- (?) этап обработки
- (?) установочный
- (?) систематический
- (?): С чего необходимо начать исследование на установочном этапе:
- (?) с выбора темы исследования
- (?) с выбора основания исследования
- (?) с подведения итогов исследования
- (?) ничего из перечисленного
- (?): Какой из вариантов не соответствует высказыванию: «Тема исследования должна быть...»:
- (?) актуальной
- (?) отличаться новизной
- (?) направлять научный поиск в область еще не разрешенных вопросов
- (?) сложной
- (?): Какой подэтап исследования идет после выбора темы:
- (?) ознакомление с проблемой посредством литературных источников
- (?) выбор факторов
- (?) решение о начале исследования
- (?) ничего из перечисленного
- (?): Что из ниже перечисленного не относится к утверждению: «Изучение научных публикаций необходимо проводить по этапам: ...»:
- (?) написания статьи
- (?) общее ознакомление с произведением в целом по его оглавлению
- (?) чтение в порядке последовательности расположения материала
- (?) беглый просмотр содержания
- (?): Верно ли утверждение: «При анализе картотеки можно выяснить, что намеченная для исследования проблема уже изучена, описана и широко применяется на практике»:
- (?) верно
- (?) не верно
- (?) не знаю
- (?): Верно ли утверждение: «Формулировка выбранной темы должна быть четкой, ясной и выражать сущность проблемы исследования»:
- (?) верно
- (?) не верно
- (?) не знаю
- (?): Продолжите фразу: «Далее следует составление первоначального плана научно-исследовательской работы. Его иногда называют ...»
- (?) значением исследования
- (?) экспериментом
- (?) программой исследования
- (?) проверкой исследования
- (?): Верно ли утверждение: «План не определяет систематичность и последовательность исследования»:
- (?) не верно
- (?) верно
- (?) не знаю.

(??): Какому из терминов соответствует данное определение: «совокупность и взаимосвязь способов, методов и приемов научно-исследовательской работы.»

(?) грамматика исследования

(?) понятие исследования

(?) методика исследования

(?) ничего из перечисленного

(?): ... - это объективно возникающий в ходе развития познания вопрос или целостный комплекс вопросов, решение которых представляет существенный практический или теоретический интерес

(?) проблема

(?) цель

(?) смысл

(?) ничего из перечисленного

(?): Выберите, что из перечисленного употребляется в фразе «Вслед за проблемой исследования определяется его ... и предмет»:

(?) субъект

(?) задача

(?) объект

(?) ничего из перечисленного

(?): О чем идет речь: ... - это тот аспект, та точка зрения, с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом главные, наиболее существенные, с точки зрения исследователя, признаки объекта:

(?) предмет исследования

(?) объект исследования

(?) субъект исследования

(?) ничего из перечисленного

(?): Верно ли утверждение: «Между объектом и предметом исследования существует неразрывная связь»

(?) верно

(?) не верно

(?) не знаю

(?): Верно ли утверждение: «Один и тот же объект не может быть предметом разных исследований»:

(?) верно

(?) не верно

(?) не знаю

(?): О чем идет речь в фразе: «то чего собирается добиться в своей работе исследователь, какой результат он намерен получить»

(?) цель исследования

(?) методика исследования

(?) логика исследования

(?) ничего из перечисленного

(?): Что является научным предположением, истинное значение которого неопределенно:

(?) цель

(?) наука

(?) гипотеза

(?) ничего из перечисленного

(?): Верно ли утверждение: «Задачи исследования вытекают из гипотезы и предмета»:

(?) да

(?) нет

(?) не знаю

(?): Выберите два из перечисленных слова, соответствующих пробелам в фразе «Задачи исследования характеризуют работу со стороны планируемых ... , ... , которые ставит перед собой исследователь»:

(?) результатов

(?) причин

(?) целей

(?) размышлений

(?): Верно ли утверждение: «Задачи исследования выступают как частные, сравнительно самостоятельные цели по отношению к общей цели исследования в конкретных условиях проверки сформулированной гипотезы»:

(?) да

(?) нет

(?) не знаю

(?): О каком этапе исследования идет речь: «На данном этапе происходит сам процесс исследования, который можно разделить на части»:

(?) исследовательский этап

(?) научный этап

(?) этап планирования

(?) ничего из перечисленного

(?): На какие части разделяется исследовательский этап:

(?) определение цели, предмета и объекта исследования

(?) выбор прикладных средств, математическое моделирование

(?) работа с литературой, выбор методов исследования, организация условий исследования, проведение исследования

(?) разработка плана и определение стратегии исследования

(?): Что является способом получения сбора, обработки или анализа данных:

(?) метод исследования

(?) регламент исследования

(?) цель исследования

(?) ничего из перечисленного

(?): О каком этапе идет речь: «На этом этапе работы с помощью выбранных методов исследования собирают необходимые эмпирические данные для проверки выдвинутой гипотезы»:

(?) планирования исследования

(?) подготовки исследования

(?) проведения исследования

(?) ничего из перечисленного

(?): О каком этапе идет речь: «На данном этапе собранные материалы обрабатывают статистически»:

(?) этап обработки исследования

(?) начальный этап

(?) этап распределения

(?) ничего из перечисленного

(?): После сведения результатов исследования может ли возникнуть необходимость в дополнительном сборе:

(?) да

(?) нет

(?) не знаю

(?): Последним этапом исследования является:

(?) процесс исследования

(?) проработка исследования

(?) оценка эффективности исследования

(?)прогнозирование исследования

(??):Теоретическая значимость исследования - это

(?)вклад в банке

(?)вклад в целеполагание

(?)вклад в научное познание, в науку

(?)ничего из перечисленного

(??):Верно ли утверждение: «Практическая значимость исследования имеет прикладное значение»:

(?) да

(?)нет

(?)не знаю

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 2. Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и признаки магистерской диссертации	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Элементы научной работы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Презентация и защита научной работы	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:

7. Что не относится к составным элементам графика?.
8. Какова последовательность расположения частей отчёта о научно-исследовательской работе?
9. Что включается во вторичную обработку экономической информации?
10. Что подразумевает смысловая точность научной речи?

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Модуль 2. Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;

- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Оформление научных результатов, исследований	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Наукометрические показатели, индикаторы	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. Основная стилевая черта такой речи, которая вытекает из специфики научного познания, стремящегося установить научную истину?
2. Какие этапы входят в формирование замысла и подготовка предварительного плана работы?
3. Основным методом построения научных выводов в процессе обработки информации является.
4. Цель использования таблично-графических методов предоставления результатов исследования?

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат.

Перечень тем реферат к разделу 2:

1. Примеры систем и подсистем в природе и технике.
2. Структурные и подструктурные исследования.
3. Целое и целостность.
4. Синергетика.
5. Конкурсы и гранты в научной деятельности.
6. Приоритетные направления науки и техники в РФ.
7. Критические технологии в РФ.
8. Дифференциация и интеграция науки.
9. Федеральные целевые программы в области науки и техники.
10. Использование моделирования в научных исследованиях.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??)Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований (??)

- (??)Какой из этапов не относится к подготовке научного текста?
- (?)Обработка рукописи
- (?)Проверка достоверности информации
- (?)Отбор и подготовка материала
- (?)Группировка и систематизация материала
- (??)Выберите верные этапы подготовки научного текста:
- (?)Формирование замысла и подготовка предварительного плана произведения, когда необходимо
- (?)Отбор и подготовка материала
- (?)Группировка и систематизация материала
- (?)Обработка рукописи
- (?) Все ответы верны
- (??) Какие предъявляются требования к оформлению титульного листа согласно ГОСТу?
- (?)Шрифт Times New Roman 14пт
- (?)Размер полей: левая сторона – 30 мм, правая сторона– 10 мм, верхнее и нижнее стороны – 20 мм
- (?)Выравнивание по правому краю
- (?)Выделение курсивом темы работы
- (??)В каких изданиях нет возможности рассчитать импакт фактор?
- (?)национальные научные издания
- (?)зарубежная периодика на русском языке
- (?)зарубежные издания, имеющие договор с НЭБ
- (?)иностранные издания на английском языке
- (??)Выберите верные рекомендации по написанию литературного обзора:
- (?)исключение жаргонного стиля
- (?)написание вступления с плавным переходом на тему обзора.
- (?)визуально выделять основную часть (красной строкой, жирным начертанием)
- (?)все ответы верны
- (??)Какой показатель является официальным численным показателем, созданным для определения справедливой оценки деятельности ученых, научных коллегий, сообществ и организаций, занимающихся научной деятельностью?
- (?)индекс Хирша
- (?)SJR
- (?)импакт фактор
- (?)общее количество цитирований
- (??)Какая из структур входит в обработку рукописи?
- (?)титульный лист, содержание, список литературы
- (?)титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список литературы, приложения
- (?)содержание, введение, основная часть, заключение
- (?) титульный лист
- (??)В какой системе внедрена аналитическая надстройка SCIENCE INDEX?
- (?)РИНЦ
- (?)Web of Science
- (?)Scopus
- (?)Social Sciences Citation Index
- (??)Дайте определение научному тексту:
- (?)Это разновидность текста, написанного на общелитературном языке, обладающая грамматическими, лексическими, структурно-смысловыми и логико-композиционными особенностями
- (?)Текст, написанный в научном стиле, с точностью речи, логичным изложением и эмоциональной нейтральностью

- (?)Текст, который включает языковые единицы (слова, клише, устойчивые выражения, фразеологизмы), характерные для устной речи
- (?)Все ответы верны
- (??)Что представляют собой наукометрические показатели?
- (?)показатель состояния и динамики рынка ценных бумаг
- (?)относительные показатели, характеризующие изменение величины какого-либо явления (простого или сложного, состоящего из соизмеримых и несоизмеримых элементов) во времени, пространстве или по сравнению с любым эталоном.
- (?)показатели, характеризующие важнейший аспект деятельности - реализацию продуктов и услуг, а также оценивающие долю себестоимости в продажах
- (?)индексы публикационной активности авторов или организаций, значимости публикаций в зависимости от научного веса журнала
- (??)Согласно какому ГОСТу оформляется титульный лист?
- (?)ГОСТ Р 18.12.02-2017
- (?)ГОСТ 24980-2005
- (?)ГОСТ Р52633.4-2011
- (?)ГОСТ 7.32-2001
- (??)Выберите правильный вариант оформления источника с одним автором.
- (?)Основы экономики, менеджмента и маркетинга / С.Г. Жабина. - М.: Академия, 2016. - 336 с.
- (?)Жабина С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга - М.: Академия, 2016. - 336 с.
- (?)Жабина С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга / С.Г. Жабина. - М.: Академия, - 336 с. - 2016.
- (?)Жабина С.Г. Основы экономики, менеджмента и маркетинга / С.Г. Жабина. - М.: Академия, 2016. - 336 с.
- (??)Какие данные должны быть размещены на титульном листе?
- (?)полное название учебного заведения и название кафедры;
- (?)Ф.И.О. преподавателя с указанием его должности;
- (?)тип формы обучения (дневная, заочная, вечерняя).
- (?)все ответы верны
- (??)Литературный обзор – это?
- (?)Краткое описание работы.
- (?)Документ, составленный в целях информации подведомственных и других организаций о работах в той или иной области или деятельности группы предприятий в определенный период.
- (?)Часть исследования, в которой автор знакомит читателей с контекстом своего исследования и/или его теоретической основой.
- (?)Нет верного ответа
- (??)Что относится к элементам описания литературного источника?
- (?)ФИО автора (авторов / редактора)
- (?)количество страниц
- (?)год издания
- (?)наименование издательства
- (??)Какие качества являются определяющими культуру научной речи?
- (?)Краткость
- (?)Использование терминов
- (?)Точность
- (?)Информативность
- (??)Скокими группами стандартов представлена современная система стандартов в области библиотечно-информационной деятельности?
- (?)пять
- (?)четыре
- (?)две

- (?)три
- (??) Заключение это:
- (?)Последняя часть работы, в которой объясняются задачи выполненной работы
- (?)Это вывод по каждой главе
- (?)Это последняя часть любого проекта, содержащее суждения, истина которых подтверждается на протяжении написания всей работы.
- (?)Это обзор анализируемых источников
- (??) Какая часть доклада занимает наибольшее количество времени в выступлении?
- (?)заключение
- (?)вступление
- (?)результаты исследования
- (?)методы исследования
- (??)Заключение должно содержать?
- (?)не менее 30-40% всей работы
- (?)актуальность работы и темы исследования
- (?)изложение проблемы и рациональными и хорошо обдуманскими путями решения их с описанием ожидаемого эффекта от проведённых действий, предлагаемых в дальнейшем для внедрения в практическую деятельность
- (?)список реферируемой литературы
- (??) Структура списка литературы выглядит следующим образом...
- (?)Алфавитное расположение, хронологический порядок, систематическое расположение, расположение материала по главам работ
- (?)Составляется в любом порядке
- (?)В алфавитном порядке
- (?)По времени занесения в библиографический список
- (??)Что не относится к элементам структуры доклада?
- (?)указать научную новизну, теоретическую и практическую значимость работы
- (?)предоставить всю расчетную часть исследования
- (?)осветить основное содержание работы в соответствии с ее структурой
- (?)сформулировать методологическую базу исследований и перечислить использованные методы (методики)
- (??)Что такое мультимедийная презентация?
- (?)программный продукт, который может содержать текстовые материалы, видео- и аудиоматериалы, компьютерную графику и анимацию, тексты, таблицы и фотографии, звуковое оформление и дикторское сопровождение, трехмерную графику
- (?)представление текста работы в форме доклада
- (?)сопровождение научной работы видеороликом
- (?)метод (или процесс) изучения свойств объектов посредством исследования их соответствующих свойств
- (??)Какие источники ставятся на первое место в списке литературы?
- (?)Книги и статьи в алфавитном порядке
- (?)Указы Президента
- (?)Международные нормативные акты
- (?)Любой документ, идущий первым в тексте работы
- (??)Какой из методов представления результатов исследования НЕ относится к таблично-графическим?
- (?)формула
- (?)график
- (?)таблица
- (?)типология
- (??)Что может включать приложение?
- (?)Графики, диаграммы

- (?)Таблицы, иллюстрации
- (?)Расчеты и формулы
- (?)Все ответы верны
- (?) Как нумеруются таблицы в научной работе?
- (?)Буквами (а,б,в,г...)
- (?)Римскими цифрами (I, II, III, IV...)
- (?)На усмотрение автора
- (?)Арабскими цифрами (1,2,3,4...)
- (?)Что подразумевает стадия «Систематизация материала» в процессе научно-исследовательской работы?
- (?)математическая оценка, которая может ограничиваться выборочной проверкой ответственных элементов - методик, формул, логических рассуждений
- (?)сосредоточение на исследуемой теме и привлечение максимального количества фактов и идей
- (?)подведение итогов работы
- (?)упорядочивание разрозненных фактов, создание их стройной системы согласно цели исследования, классификация данных
- (?)Выберите правильное оформление иллюстрации
- (?)№1
- (?)Рис №1
- (?)Рис. 1
- (?)Любой из перечисленных вариантов
- (?)Какая структура принята для рефератов, курсовой и дипломной работы?
- (?)титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список использованной литературы, приложения
- (?)заголовок, введение, основная часть, заключение
- (?)титульный лист, введение, основная часть, приложения, заключение
- (?)структура работы может быть любая
- (?)Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Наукометрические показатели исследовательской деятельности (??)
- (?)В каком месте работы размещается таблица?
- (?)в заключение
- (?)в основном тексте, сразу после указания таблицы
- (?)в главе, в которой указывается таблица
- (?)в основном тексте, до упоминания таблицы
- (?)Выберите верные требования к составлению таблицы:
- (?)расчетные данные и показатели, полученные с использованием определенной исходной информации, обязательно отмечаются отдельно;
- (?)размер таблицы должен быть оптимальным - слишком малая таблица будет недостаточно информативной, а большая - перегруженной данными, которые сложно анализировать;
- (?)не допускается наличие в таблице незаполненных клеток;
- (?)все ответы верны
- (?)График это:
- (?)вывод численной информации в виде иллюстрации
- (?)наглядное представление количественной информации с помощью геометрических линий и фигур
- (?)система координат или другая система символов, которая указывает на места размещения и соотношения графических образов на поле графика.
- (?)все ответы верны
- (?)Каким может быть графический образ?
- (?)линейным
- (?)линейным, столбиковым, круговой диаграммой

- (?)точечным, линейным, столбиковым, полосным, квадратным, круговым и фигурным (в форме рисунков или силуэтов)
- (?)линейный, столбиковым
- (??)Вступительная часть научной работы должна содержать:
- (?)титульный лист, список авторов, содержание, перечень условных обозначений, символов, сокращений и терминов
- (?)введение, суть отчета, выводы, рекомендации, перечень литературы
- (?)титульный лист, содержание
- (?)приложения, заключение, список литературы
- (??)Выберите структурные элементы, которые входят в основную часть отчета
- (?)выводы
- (?)основные исследования
- (?)список авторов, содержание, перечень условных обозначений, символов, сокращений и терминов
- (?)введение, суть отчета, выводы, рекомендации, перечень литературы
- (??)Основная часть отчета состоит из
- (?)таблиц и диаграмм
- (?)теоретической, аналитической и обобщающей частей
- (?)теоретической части
- (?)заключения и выводов
- (??)Выберите причины размещения материала в приложении
- (?)материал является необходимым для полноты отчета, но имеет большой объем
- (?)материал содержит дополнительные иллюстрации
- (?)данные имеют большой объем
- (?)все ответы верны
- (??)Выберите правильный критерий эффективности научно-исследовательских работ
- (?)Количество страниц
- (?)Объем научных формулировок
- (?)Количество приложений, иллюстраций, таблиц, графиков (диаграмм)
- (?)Объем научной продукции, который измеряется общим количеством или средним числом публикаций
- (??)Мультимедийная презентация -
- (?)это программный продукт, который содержит только текстовую информацию
- (?)это материал движущегося изображения (видеоматериал)
- (?)это программный продукт, который содержит только текстовые материалы, таблицы.
- (?)это программный продукт, который может содержать текстовые материалы, видео- и аудиоматериалы, компьютерную графику и анимацию, тексты, таблицы и фотографии, звуковое оформление и дикторское сопровождение, трехмерную графику
- (??)Выберите основные достоинства мультимедиа презентаций
- (?)возможность интеграции с веб-сайтом
- (?)понятный интерфейс
- (?)структурирование информации
- (?)все ответы верны
- (??)К критериям оценки презентации относится
- (?)логичность изложения, соответствие содержания теме
- (?)полнота информации, красивое оформление
- (?)информативность таблиц, схем
- (?)нет верных ответов
- (??) В первой части доклада необходимо:
- (?)обосновать актуальность темы исследования и ее значимость для науки и практики и определить предмет и объект исследования
- (?)указать проблему (гипотезу), цель, задачи исследования

- (?) представить методологическую базу исследований и перечислить использованные методы (методики)
- (?) все ответы верны
- (??) Заключение – это:
- (?) последняя часть любого проекта, содержащее суждения, истина которых подтверждается на протяжении написания всей работы
- (?) последняя часть любого проекта, в которой указывается методика исследования
- (?) часть работы, где размещены все таблицы, диаграммы которые не вошли в приложение и основную часть
- (?) нет верных ответов
- (??) Что включает в себя заключение
- (?) методические приемы и итог по работе
- (?) авторское мнение, преимущества и проблемы раскрываемые в исследовании
- (?) краткое описание (около 10%) работы
- (?) аналитика по теме исследования
- (??) Выберите основные элементы описания литературного источника
- (?) ФИО автора (авторов / редактора), наименование произведения (название книги), название издательства, год издания, количество страниц в издании
- (?) ФИО автора, год издания, количество страниц
- (?) наименование произведения, ФИО автора, тип работы (публикации)
- (?) нет верных ответов
- (??) Выберите материалы, которые не включаются в приложение
- (?) расчеты и формулы
- (?) справочные материалы (образцы документации предприятий, финансовая отчетность и т. д.)
- (?) иллюстративный материал вспомогательного характера (рисунки, схемы, планы, карты, фотографии)
- (?) текст работы, не поместившийся в основную часть
- (??) Наукометрия это:
- (?) область человеческой деятельности, направленная на выработку и систематизацию объективных знаний о действительности
- (?) дисциплина, изучающая эволюцию науки через многочисленные измерения и статистическую обработку научной информации (количество научных статей, опубликованных в данный период времени, цитируемость и т. д.).
- (?) функциональный стиль речи литературного языка, которому присущ ряд особенностей: предварительное обдумывание высказывания, монологический характер, строгий отбор языковых средств, тяготение к нормированной речи.
- (?) нет верных ответов
- (??) Что подразумевает смысловая точность научной речи?
- (?) умение писать доступно и доходчиво
- (?) умение избежать ненужных повторов, излишней детализации и словесного мусора
- (?) возможность давать развернутые определения и характеристики научных фактов, понятий, процессов, явлений в лаконично форме
- (?) возможность представления материала в графической форме
- (??) Основная стилевая черта такой речи, которая вытекает из специфики научного познания, стремящегося установить научную истину?
- (?) системность изложения
- (?) субъективность изложения
- (?) краткость изложения
- (?) объективность изложения

- (??)Какие этапы входят в формирование замысла и подготовка предварительного плана работы?
- (?)придумать заголовок
- (?)систематизировать материал по главам работы
- (?)составить библиографический список
- (?)подобрать графический материал
- (??)Какая стадия не относится к обработке текста рукописи?
- (?)систематизация материала
- (?)оценка пригодности информации
- (?)проверка достоверности и значимости информации
- (?)подбор источников
- (??)Что включается во вторичную обработку экономической информации?
- (?)проверка достоверности
- (?)создание таблиц и графиков
- (?)сопоставление данных
- (?)отсеивание лишней информации
- (??)Основным методом построения научных выводов в процессе обработки информации является
- (?)проверка информации
- (?)сопоставление данных
- (?)проверка достоверности и значимости информации
- (?)составление графиков
- (??)Цель использования таблично-графических методов предоставления результатов исследования?
- (?)расширение источников информации
- (?)повышение эффективности работы как с фактическим материалом, так и теоретическими схемами
- (?)приведение в порядок разрозненных фактов
- (?)отбор материала
- (??)Что не относится к составным элементам графика?
- (?)поле графика
- (?)графы
- (?)пространственные ориентиры
- (?)экспликация
- (??)Какова последовательность расположения частей отчёта о научно-исследовательской работе?
- (?)вступление, содержание, основная часть, список источников
- (?)содержание, введение, основная часть, приложения
- (?)вступление, основная часть, приложения
- (?)содержание, основная часть, список литературы
- (??)Суть отчета –
- (?)характеристика современного состояния исследуемой научной проблемы, а также цель, актуальность данной работы, ее взаимосвязь с другими работами
- (?)изложение сведений об объекте исследования, которые являются необходимыми и достаточными для раскрытия сущности данной научно-исследовательской работы и ее результата
- (?)краткое и логично-последовательное изложение результатов исследования
- (?)оценка полученных результатов работы (негативных) и возможные области их использования
- (??)Какое оформление источника с одним автором правильное?
- (?)Колодий, Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 326 с.

(?)Бугорский В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: Учебное пособие для СПО.: Издательство Юрайт, 2018. 165 с.

(?)Большаник П.В. География туризма : Учеб. пособие / 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 355 с. – 2017.

(?)Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Восколович. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 191 с.

(?) Выберите причины размещения материала в приложении

(?) материал является необходимым для полноты отчета, но имеет большой объём

(?) материал содержит дополнительные иллюстрации

(?) данные имеют большой объём

(?) все ответы верны

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 2. Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.1. Туризм в системе научного знания

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Функциональные особенности науки о туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Особенности научных исследований в туризме	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. Раскройте аспекты туризмологии как наука включает следующие.
2. Раскройте функций туризмологии.
3. Приведите примеры Интеграционных процессов туристской науки
4. Как вы считаете каково будущее науки о туризме

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 2. Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.2. Науки о туризме

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;

- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Методологические подходы к исследованию в туристской деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Методика научных исследований в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Использование общенаучных методов исследования в туристской деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Теоретические и эмпирические методы исследования в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.	Значение научных дисциплин при методологическом исследовании	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. Раскройте достижения следующих учёных в области науки о туризме :

С 2003 года ЮНВТО присуждает премию Ulysses Awards за достижения и инновации в области туризма, которые согласуются с Глобальным этическим кодексом туризма и Целями развития тысячелетия ООН. Премия Улисса ЮНВТО присуждается известным в мире ученым, работающим будь то в академических, правительственных или частных организациях, за выдающийся вклад в инновации и знания в сфере туризма. Лауреатами премии Улисса ЮНВТО являются следующие ученые: Дональд Хокинс (США); Дж.Р. Брент Ричи (Канада); Джафар Джафари (США); Дэвид Эйри (Великобритания); Бернар Моруччи (Франция); Паулина Шелдон (США); Крис Купер (Новая Зеландия); Кэй Чои (Гонконг, Китай); Эрик Коэн (Израиль); Тедж Вир Сингх (Индия).

2. Раскройте вклад в создание и развитие науки о туризме:

Преображенского Владимира Сергеевича (1918—1998 гг.), Азара В.И., Веденина Ю.А., Зорина И.В., Долженко Геннадий Петрович, Борис Васильевич Емельянов (1918—2001), Дворниченко В.В. Путрик Юрий Степанович и Свешников Виктор Владимирович, Квартальное Валерий Александрович, Зорин Игорь Владимирович, Сенин Виль Савельевич, Чижовой Веры Павловны, Штюрмера Юрия Александровича, Новикова Владимира Семеновича, Забаев Юрий Валентинович, Константинова Юрия Сергеевича, Биржаков Михаил Борисович, Соколов Александр Сергеевич, Абуков Алексей Хуршудович, Ярочкин Анатолий Иванович, Писаревский Евгений Леонидович, Шпилько Сергей Стржалковский Владимир Игоревич, Шенгелия Натэла Отаровна, Новиков Александр Михайлович (1941—2013) Кружалин Виктор Иванович и Александрова Анна Юрьевна, Морозов Михаил Анатольевич, Чудновский Алексей Данилович, Родигин Леонид Андреевич, Пирожника Ивана Ивановича (Республика Беларусь) Пазенка Виктора Сергеевича и Федорченко Владимира Кирилловича

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Перечень тем раздела 3:

1. Причины существующего многообразия определений понятия «туризм»
2. Из всех определений туризма выберите, на ваш взгляд, наиболее удачное. Постарайтесь обосновать свой выбор.
3. Сущность системного подхода к определению туризма
4. Критерии заложенные в определении туризма, приводимом в Федеральном Законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
5. Основные характеристики и критерии туризма.
6. Отличие туристской деятельности от экскурсионной
7. Определите место туризма в системе научного знания.
8. Проблемы многообразия мнений по поводу названия и содержания науки о туризме
9. Сущность туристской комплексной науки о туризме
10. Альтернативные науки о туризме

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??) Объект статистического наблюдения — это:

(?) единица наблюдения;

(?) статистическая совокупность;

(?) единица статистической совокупности;

(?) совокупность признаков изучаемого явления.

(??) Единица статистического наблюдения — это:

(?) первичный элемент статистической совокупности, являющийся носителем признаков, подлежащих регистрации, и основой ведущегося при обследовании счета;

(?) первичная ячейка совокупности, от которой должны быть получены сведения в процессе наблюдения.

(??) Учетная единица статистического наблюдения — это:

(?) первичный элемент статистической совокупности, являющийся носителем признаков, подлежащих регистрации;

(?) первичная ячейка совокупности, от которой должны быть получены сведения в процессе наблюдения.

(??) Объект наблюдения может быть одновременно и единицей наблюдения:

(?) да;

(?) нет.

(??) Программно-методологическая часть плана статистического наблюдения включает определение:

(?) места, времени, формы, вида, способа наблюдения;

(?) цели, объекта, единицы, программы и формуляра наблюдения.

(??) Организационная часть плана статистического наблюдения включает определение:

(?) места, времени, формы, вида, способа наблюдения;

(?) цели, объекта, единицы, программы и формуляра наблюдения.

(??) Программа статистического наблюдения — это:

(?) совокупность работ, которые нужно провести в процессе наблюдения;

(?) план статистического наблюдения;

(?) перечень вопросов, на которые необходимо получить ответ в процессе проведения наблюдения;

(?) перечень объектов, получаемых в результате статистического наблюдения.

(??) Программа статистического наблюдения включает:

(?) время наблюдения;

- (?) критический момент;
- (?) способ наблюдения;
- (?) систему признаков (вопросов), подлежащих статистическому наблюдению.
- (??) Инструментарий статистического наблюдения содержит:
 - (?) инструкцию;
 - (?) формуляр;
 - (?) инструкцию и формуляр;
 - (?) макет разработанных таблиц;
 - (?) нет точного ответа.
- (??) Ошибки статистического наблюдения бывают:
 - (?) только случайные;
 - (?) случайные и систематические;
 - (?) только ошибки репрезентативности.
- (??) Отчетной единицей выступает:
 - (?) единица наблюдения;
 - (?) единица совокупности;
 - (?) субъект, представляющий данные.
- (??) Срок статистического наблюдения — это время, в течение которого:
 - (?) заполняются статистические формуляры;
 - (?) обучается кадровый состав для проведения наблюдения;
 - (?) обрабатывается полученный в ходе наблюдения материал.
- (??) Статистическая отчетность — это:
 - а) вид статистического наблюдения;
 - б) организационная форма статистического наблюдения;
 - в) форма статистического наблюдения.
- (??) По времени регистрации фактов статистическое наблюдение бывает:
 - а) специально организованным;
 - б) единовременным;
 - в) выборочным;
 - г) непосредственным.
- (??) По охвату единиц совокупности статистическое наблюдение бывает:
 - (?) периодическим;
 - (?) отчетным;
 - (?) документальным;
 - (?) монографическим.
- (??) Опрос предполагает использование в качестве источника информации:
 - (?) различные документы;
 - (?) слова респондентов;
 - (?) штат добровольных корреспондентов;
 - (?) анкеты.
- (??) Критическим моментом в статистике называется:
 - (?) период времени, в течение которого проводится наблюдение;
 - (?) момент времени, по состоянию на который проводится наблюдение.
- (??) При методе основного массива обследованию подвергаются:
 - (?) все единицы совокупности;
 - (?) самые существенные, наиболее крупные единицы совокупности, имеющие по основному признаку наибольший удельный вес в совокупности;
 - (?) самые существенные, наиболее мелкие единицы совокупности, имеющие по основному признаку наименьший удельный вес в совокупности;
 - (?) отдельные единицы совокупности, представители новых типов явлений.
- (??) Монографическое обследование предполагает, что обследованию подвергаются:
 - (?) все без исключения единицы совокупности;

- (?) самые существенные, наиболее крупные единицы совокупности, имеющие по основному признаку наибольший удельный вес в совокупности;
- (?) отдельные единицы совокупности, представители новых типов явлений.
- (??) Ошибки репрезентативности свойственны:
 - (?) сплошному наблюдению;
 - (?) выборочному наблюдению;
 - (?) нет ответа.

Методические рекомендации см. раздел 2

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия -

Модуль 2. Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие, предмет, объект, задачи и методы статистики туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности применения методов статисследования в туризме	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. Сформулируйте предмет статистики туризма.
2. Назовите главные особенности статистики туризма как отрасли статистической науки.
3. Перечислите основные задачи, стоящие перед статистикой туризма.
4. Проведите периодизацию истории статистики туризма. Обоснуйте признаки, положенные в ее основу. Кратко охарактеризуйте каждый из выделенных периодов.
5. Раскройте структуру глобальной системы статистики туризма.
6. Назовите международные организации, внесшие большой вклад в развитие статистики туризма. Перечислите основные направления их деятельности.
7. Объясните, в чем состоит роль международных организаций в развитии статистики туризма.
8. Почему такое большое значение придается разработке международных статистических стандартов в сфере туризма?
9. В чем состоят особенности современного этапа развития российской статистики туризма?
10. Используя разные источники информации, выделите актуальные проблемы развития туризма в вашем регионе (городе). Какой вклад, на ваш взгляд, может внести статистика туризма в их решение?

1. Учебная дисциплина. НАУЧНО-ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2. Тема практического (семинарского) занятия

Модуль 2. Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

3. Цели занятия.

- изучить основные процессы планирования и применения подходов, методов и технологий научно-прикладных исследований в туризме;
- приобрести профессиональные умения применения научных концепций исследования и моделирования для обоснования стратегических решений по развитию сферы туризма на различных уровнях управления, разработки образовательных программ и образовательных технологий;
- овладеть навыками научно-аналитического обоснования выбора организационно-управленческих инноваций для их применения на предприятиях сферы туризма;
- применять дистанционные технологии в научном исследовании профессиональной сферы, а также реализации образовательных технологий в сфере туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Специфика социологических исследований в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методы социологических исследований в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Техника проведения социологического исследования	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. Принципы и подходы в научном исследовании
2. Системный подход. Понятие «система»
3. Принципы научного исследования.
4. Методологический инструментарий исследования.
5. Общенаучные методы научного исследования.
6. Специальные методы научного исследования
7. Частные методы научного исследования
8. Структурно-функциональный метод научного исследования.
9. Метод сравнительного анализа
10. Методы анализа рынка услуг.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: расчетно-практическое задание.

Расчетно-практическое задание: проведение анализа статистической информации по 3 показателям на основе данных Росстат или иных баз статистических данных (по стране, региону, району и т.д.). Анализ проводится в ретроспективе за 3-5 лет и прогнозируется тренд на 1-2 года. Например:

Объем платных туристских услуг 20_1– 20_3 гг.

Объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения 20_1 – 20_3 гг.

Численность работников турфирм 20_1-20_3 гг.

Формирование выводов.

Таблица 1 – Динамика объема платных туристских услуг за 20_1 – 20_3 гг (тыс. руб.)

Наименование показателя	20_1	20_2	20_3	Абсолютное отклонение 20_3-20_1	Темпы роста, % 20_2 к 20_1	Темпы роста, % 20_3 к 20_2
Объем платных туристских услуг						

Работа может проводиться в малых группах. По результатам исследования формируется отчет. Отчет должен содержать иллюстративный материал по базам данных, т.е. графики, диаграммы, рисунки.

Расчетно-практическое задание: Проведение социологического исследования. Работа в малых группах: формируется группа из 2-3 обучающихся. Группой разрабатывается опросный лист по проблемам отношения общества к туризму или потребительских предпочтений по отдельным видам туризма (сельский, религиозный и т.д.) или по иным актуальным вопросам. Опросный лист должен содержать не менее 10 вопросов. Опрос может быть проведен среди разных категорий граждан или среди обучающихся университета. По результатам исследования формируется аналитический отчет.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

Форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

(??) Социология – это наука о поведении:

(?) индивидуума в пределах социального института;

(?) личности в обществе;

(?) больших социальных групп.

(??) Кто ввел термин «социология» непосредственно в научный оборот?

(?) Г. Спенсер;

(?) О. Конт;

(?) И. Кант.

(??) В какой временной период социология как наука возникла?

(?) После Великой Французской революции 1789 г.;

(?) В первой половине XIX в.;

(?) После Первой мировой войны.

(??) Объектом изучения социологии как науки не является:

(?) общество;

(?) социальная жизнь общества;

(?) социальные институты.

(??) Какая из функций социологии связана с выражением посредством концепций и теорий науки интересов конкретных социальных групп, политических партий и движений?

(?) общественно-политическая;

(?) описательная;

(?) идеологическая.

(??) Общественный прогресс по О. Конту является предметом изучения следующей отрасли науки:

(?) социальной динамики;

(?) социальной статики;

(?) социальной статистики.

(??) Кто является автором классической теории бюрократии, где впервые были сформулированы основные принципы построения и функционирования административных учреждений?

(?) М. Вебер;

(?) К. Маркс;

(?) Э. Дюркгейм.

(??) Кем из научных деятелей, исходя из принципа дезинтеграции любого социального организма, конфликтологическое направление в социологии разрабатывалось?

(?) Р. Даррендорфом;

(?) О. Контом;

(?) М. Фуко.

(??) Общество, по мнению Г. Спенсера – это социальный организм, сходный с организмом биологическим. Что отличает социальный организм от биологического?

(?) рост на протяжении всего своего существования;

(?) способность мыслить и чувствовать развита у каждого отдельного элемента;

(?) дифференциация структуры элементов сопровождается соответствующим разделением их функций.

(??) Совокупность элементов общества и их взаимоотношений – это:

(?) кастовая система;

(?) социальные институты;

(?) социальная структура общества.

(??) Выделите соответствующую дефиницию для термина «социальный институт»:

(?) учреждение, в котором работают социологи;

(?) определенная обособленная общность людей;

(?) сложившаяся исторически, стойкая форма организации и регулирования совместной жизни людей.

(??) Исторически сложившаяся в социуме система норм, правил и требований поведения, включающая в себя также нравственные ценности, устои, порядки и предписания:

(?) мораль;

(?) этикет;

(?) кодекс чести.

(??) Подберите соответствующее определение термину «гражданское общество»:

(?) общество граждан;

(?) совокупность социальных отношений и институтов, которые функционируют вне зависимости политической власти, однако могут на нее влиять; общество автономных субъектов;

(?) определенное обособленное множество людей, имеющих общие ценности и связанных системой отношений.

(??) Первые представления об управлении зародились:

(?) во времена основания Древнего Рима;

(?) во времена первобытнообщинного строя;

(?) в Средние века.

(??) Общественное мнение как социально-политический институт – это:

(?) результат, полученный в ходе проведения социологического исследования;

(?) совокупность знаний разных социальных групп, основанная не на специализированной компетенции, и необходимая для повседневной жизни и взаимодействия социальных групп в местности их проживания;

(?) социальное отношение, выраженное в форме оценочного суждения, между социальными субъектами и субъектом власти по поводу содержания способов решения определенных проблем.

(??) Определенное духовное образование, свойственное обществу и большим социальным группам в нем, выступающее инструментом ориентации в окружающем мире и

выражающееся в виде системы чувств, взглядов, идей, теорий, на основе которых общество осуществляет самосознание и самопознание:

(?)духовные ценности;

(?) общественное сознание;

(?) мораль.

(??)Положение личности или социальной группы в социальной системе – это:

(?)статусный ранг;

(?) социальный набор;

(?) социальный статус.

(??)Статусный набор – это:

(?)совокупность всех статусов одного индивида;

(?) совокупность всех статусов в обществе;

(?)совокупность всех ролей, выполняемых в пределах одного статуса.

(??)Отрасль социальной психологии, разработанная Дж. Морено, связанная с исследованиями в количественном измерении структуры и межличностных отношений небольших социальных групп:

(?)психометрия;

(?) психология масс;

(?) социометрия.

(??)При проведении социологических исследований, тот, кого опрашивает социолог:

(?)респондент;

(?)интервьюер;

(?)интервьюируемый.

Методические рекомендации см. раздел 2

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

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Модуль 1

Раздел 1. Особенности междисциплинарных научных исследований

Тема 1.1. Наука как производительная сила общества.

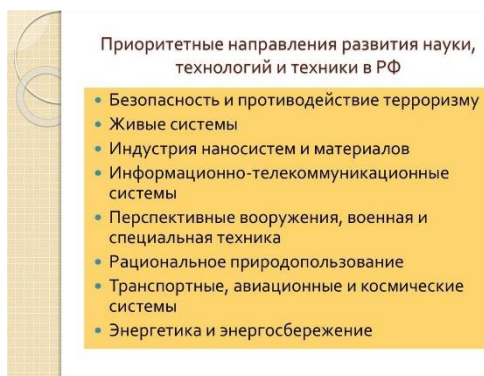
Иллюстрации:



Рисунок 1.1 – Организация науки в России

Тема 1.2. Приоритетные направления науки и техники. Критические технологии.

Иллюстрации:

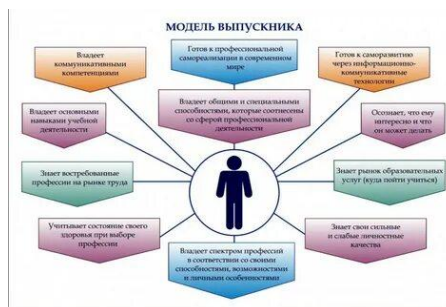


<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/c/CN25IReG3AZVI0tMxKq6z1DE4njgBuiJfFyoP9Xrpa/slide-30.jpg>

Раздел 2. Современные методы научных исследований. Исследовательский инструментарий

Тема 2.1. Основные направления научного и научно-производственного профиля профессиональной деятельности

Иллюстрации:



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=f232e4d7cbf3572166365c61b6223647a4ba4f5c-6947221-images-thumbs&n=13>

Тема 2.2. Подходы к определению методик исследования и выбора методов исследования.

Иллюстрации:

Выбор методов исследования		
Методы эмпирического уровня:	Методы экспериментально-теоретического уровня:	Методы теоретического уровня:
<ul style="list-style-type: none"> - наблюдение - интервью - анкетирование - опрос - собеседование - тестирование - фотографирование - счет - измерение - сравнение <p>Для изучения конкретных явлений, на основе которых формируются гипотезы.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - эксперимент - лабораторный опыт - анализ - моделирование - исторический - логический - синтез - индукция - дедукция - гипотетический <p>Для проверки собранных фактов, их систематизации, выявления зависимости и причин следствия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - изучение - обобщение - абстрагирование - идеализация - формализация - анализ и синтез - индукция - дедукция - аксиоматика <p>Для логического исследования собранных фактов, выработки понятий и суждений, теоретических обобщений.</p>

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/x/XITE40FrMAdDVmItxuoYK7gj3HJNLQBPaySbOZ/slide-9.jpg>

Критерии выбора методов исследования (В.И. Загвязинский)

- адекватность объекту, предмету, общим задачам исследования, накопленному материалу;
- соответствие современным принципам научного исследования;
- научная перспективность, т.е. обоснованное предположение о том, что выбранный метод даст новые и надежные результаты;
- соответствие логической структуре (этапу) исследования;
- направленность на всестороннее и гармоническое развитие личности;
- гармоническая взаимосвязь с другими методами в единой методической системе.

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/b/by9NMdDoViskztUmAcLxwI3juZ24R6gahel1JQGKqF/slide-13.jpg>

Раздел 3. Научно-техническая информация

Тема 3.1. Качественные и количественные параметры информации и информационных источников

Иллюстрации:

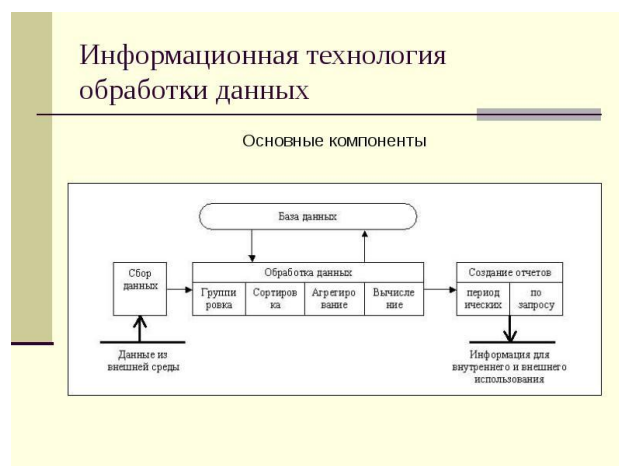
Качественные характеристики информации	
Ценность (уместность)	Ценность информации определяется ее содержанием и существенность Ценность заключается в возможности оценить пользователем прошлые, текущие и будущие события, подтвердить или скорректировать ранее сделанные прогнозы
Надежность (достоверность)	В информации нет существенных ошибок и искажений, пользователь может на ее основе принимать решения
Сравнимость (сопоставимость)	Сопоставлять отчетные данные организации за разные периоды времени, а также сопоставлять отчетные данные разных организаций
Понятность	Представление информации в форме, понятной для подготовленного пользователя
Полнота	Пропуск данных может привести к ненадежности
Нейтральность	Не должна содержанием или формой представления влиять на решение пользователя с целью достижения запланированного результата
Своевременность	С течением времени ценность отчетной информации снижается

<https://cf2.ppt->

[online.org/files2/slide/i/iRd35wP4KDeZMaF8AEUCgl6SpkzVOuvy9tHmbQ/slide-69.jpg](https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/i/iRd35wP4KDeZMaF8AEUCgl6SpkzVOuvy9tHmbQ/slide-69.jpg)

Тема 3.2. Информационные технологии обработки массива данных

Иллюстрации:



https://myslide.ru/documents_4/33a4845b30d158ca0eff9ff58d820e4b/img24.jpg

Раздел 4. Формы представления результатов научных исследований

Тема 4.1. Научные публикации. Требования к оформлению публикаций

Иллюстрации:

Требования к техническому оформлению статьи

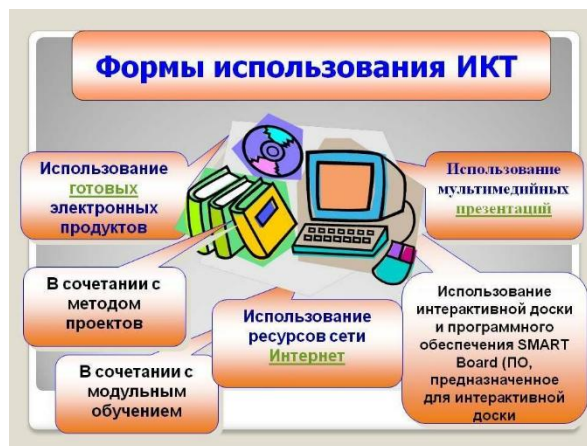
- ГОСТ 7 – 89 – 2005 «Оригиналы текстовые авторские и издательские»;
- ГОСТ Р. 7. 0. 5 - 2008 «Библиографическая ссылка»;
- ГОСТ Р. 7. 0. 12 – 2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке» и др.

<https://cf.ppt->

[online.org/files/slide/p/pSG5jP4DwiUn0mZuW9HRI3o1becTfvJEK8vFB7Nyd/slide-11.jpg](https://cf.ppt-online.org/files/slide/p/pSG5jP4DwiUn0mZuW9HRI3o1becTfvJEK8vFB7Nyd/slide-11.jpg)

Тема 4.2. Информационно-коммуникационные технологии в научно-исследовательской деятельности. Базы данных о публикациях

Иллюстрации:



<https://tacon.ru/wp-content/uploads/7/b/c/7bc0a2d560cf0bd5de2f359f1f715bf4.jpeg>

Модуль 2

Раздел 1. Организация процесса исследования

Тема 1.1. Фундаментальные и прикладные исследования

Иллюстрации:

Фундаментальные и прикладные исследования

- **Фундаментальные исследования** являются источником разработки глобальных, всеобъемлющих теорий, концепций. На их основе могут быть открыты (сформулированы) законы развития природы, общества, могут появиться новые отрасли науки.
- **Прикладные исследования** в области экономики, менеджмента, коммерции, рекламы, информационных технологий направлены на поиск новых путей, методов, средств решения проблем людей в их трудовой, производственной деятельности, создание новых, более эффективных и результативных методов и средств управления бизнесом с применением современных информационных технологий.

<https://skazka-arkhyz.ru/wp-content/uploads/2/7/0/2703005c3f0d1b82e8f265faa9253e3b.jpeg>

Тема 1.2. Этапы выполнения исследований

Иллюстрации:

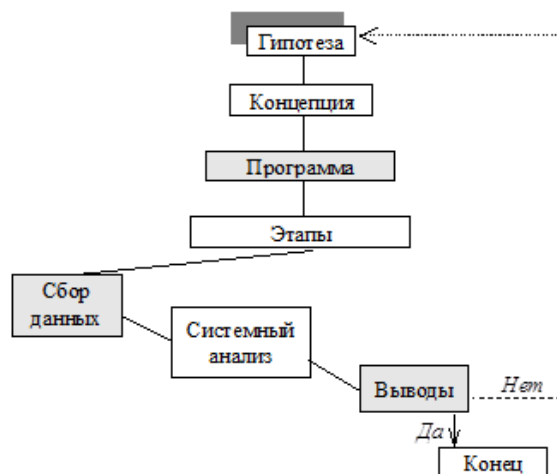


Рисунок 2.1 – Концепция исследования и смысловые разделы

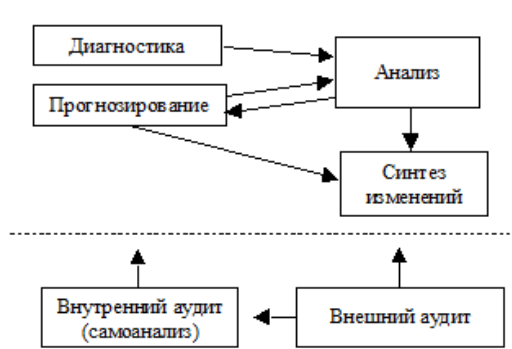


Рисунок 2.2 – Наиболее часто используемые методы проведения исследования и направления их применения

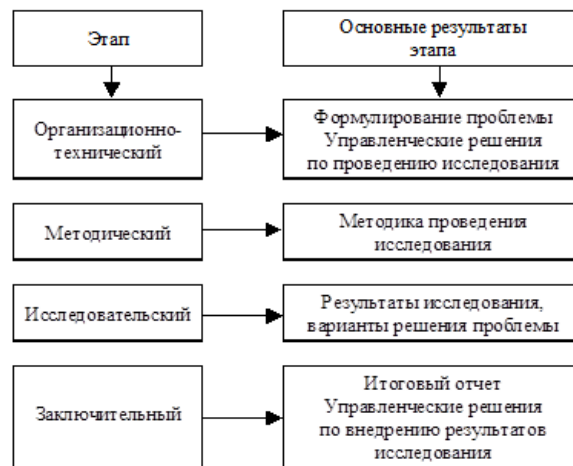


Рис. 2.3 – Логика и иерархия этапов организации и проведения ИСУ

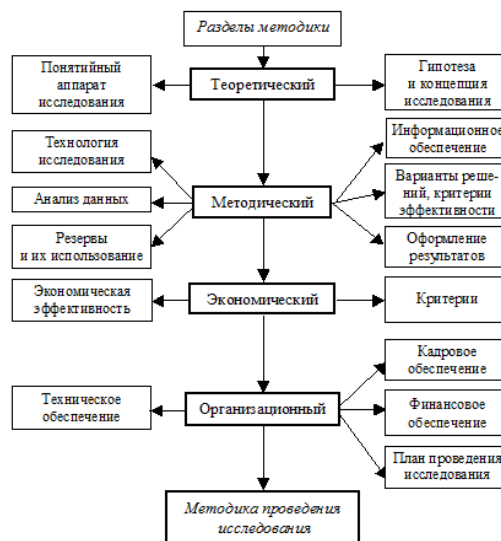


Рисунок 2.4 – Структуризация методики проведения исследования

Раздел 2. Формирование результатов исследования

Тема 2.1. Обработка результатов. Презентация результатов научных исследований

Иллюстрации:


Иллюстрации не предусмотрены

Тема 2.2. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

Иллюстрации:

Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу

- ▶ **ГОСТ 7.1-2003** Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления
- ▶ **ГОСТ Р 7.0.5-2008** Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления
- ▶ **ГОСТ Р 7.0.11 - 2011** Диссертация и автореферат диссертации. Структура и правила оформления
- ▶ **ГОСТ Р 7.0.12-2011** Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/6/6kl4qPriwzmJtpZsbyd8afLBAMF1o79UEnSYxK/slide-1.jpg>

Раздел 3. Особенности научно-исследовательской деятельности в туризме

Тема 3.1. Туризм в системе научного знания

Иллюстрации:



Рис. Место туристики в системе научного знания (по А.М. Новикову, В.С. Ледневу)

https://bstudy.net/692899/turizm/nauka_turizme_turizm_sisteme_nauchnyh_znaniy

Тема 3.2. Науки о туризме

Иллюстрации:



<https://cf3.ppt-online.org/files3/slide/r/ReAhJDG4CXE0j6mzf3knIYWqvwZPF157aos2QU/slide-4.jpg>



<https://avatars.mds.yandex.net/i/?id=684711c5ae36f330e040c7fb72e205089db0a6d0-8370469-images-thumbs&n=13>

Раздел 4. Методы исследований в туризме

Тема 4.1. Статистические методы исследования в туризме

Иллюстрации:



<https://cf.ppt-online.org/files/slide/z/zgnlopHAjUMOC8SrVNa4QY0DtxF9K7yw6BdXqL/slide-2.jpg>

Тема 4.2. Методы социологических исследований в туризме

Иллюстрации:

Методы социологических исследований

Разделение базируется на разнице стратегий исследования (которые зависят от многих условий)

- **Качественные** - направлены на понимание смысла происходящего (почему?), чаще всего используются неформализованные методики, дающие уникальные данные
- **Количественные** - направлены на измерение параметров социального явления (как?), чаще всего используются стандартизованные способы исследования, приводящие к статистическим распределениям, шкальным показателям, индексам и т.д.
 - Смешанные

<https://cf.ppt-online.org/files1/slide/o/ov5HZUSYytuAFXzM1lLwBx9CbJEi8Qj3Vcdmnp0qW7/slide-21.jpg>



<https://avatars.mds.yandex.net/i/?id=fc6f038204c2cbba7ac8ab5f348e74c2d4936082-4312678-images-thumbs&n=13>

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	__ . __ . ____