

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Социологический факультет  
Кафедра Социокультурного туризма

**УТВЕРЖДАЮ:**

Декан факультета

Социологический факультет

Лига Марина Борисовна

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Б1.О.10 Управление стратегической деятельностью и развитием туризма**  
на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 43.04.02 - Туризм

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. №\_\_\_\_

Профиль – Организация и управление турбизнесом (для набора 2022)  
Форма обучения: Очная

## **1. Организационно-методический раздел**

### **1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)**

Цель изучения дисциплины:

Целями изучения дисциплины «Управление стратегической деятельностью и развитием туризма» является формирование у обучающихся системы знаний основ методологии планирования туристской деятельности; развитие навыков формирования, на основе принципов стратегического планирования, программ развития туризма на различных уровнях.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение методов и принципов стратегического планирования в сфере туризма;
- изучение подходов и существующих моделей планирования и прогнозирования туристской деятельности;
- определение тенденций и особенностей в планировании туризма;
- рассмотрение направлений оптимизации системы текущего и перспективного планирования в индустрии туризма;
- определение основ и перспектив стратегического планирования туризма на государственном и региональном уровнях.

### **1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП**

Дисциплина «Управление стратегической деятельностью и развитием туризма» является дисциплиной обязательной части в рамках учебного плана, разработанного в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 43.04.02 Туризм, магистерская программа: Организация и управление турбизнесом. Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы, таких как: «Формирование стратегических программ развития туризма», «Управление рисками в сфере туризма» и др.

### **1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

| Виды занятий                           | Семестр 3 | Всего часов |
|----------------------------------------|-----------|-------------|
| Общая трудоемкость                     |           | 108         |
| Аудиторные занятия, в т.ч.             | 28        | 28          |
| Лекционные (ЛК)                        | 14        | 14          |
| Практические (семинарские)<br>(ПЗ, СЗ) | 14        | 14          |

|                                            |       |    |
|--------------------------------------------|-------|----|
| Лабораторные (ЛР)                          | 0     | 0  |
| Самостоятельная работа студентов (СРС)     | 80    | 80 |
| Форма промежуточной аттестации в семестре  | Зачет | 0  |
| Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП) |       |    |

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

| Планируемые результаты освоения образовательной программы |                                                                                                                                                                 | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Код и наименование компетенции                            | Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины                                                                                              | Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности                                                                                                                                                                                                         |
| ОПК-2                                                     | ОПК-2.3. Определяет виды работ по организационной диагностике и организационному проектированию деятельности организаций сферы туризма.<br>Уметь: анализировать | Знать: методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности;<br><br>Уметь: анализировать существующие модели планирования в сфере туризма;<br><br>Владеть: навыками организационного проектирования деятельности организаций туристской сферы           |
| ОПК-2                                                     | ОПК-2.4. Осуществляет стратегический контроль деятельности организаций сферы туризма.                                                                           | Знать: основные принципы и инструменты оперативного и стратегического планирования<br><br>Уметь: применять существующие методы стратегического планирования и оценки деятельности предприятия в сфере туризма<br><br>Владеть: методами прогнозирования и планирования |

|      |                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                                                                                                                                      | в индустрии туризма                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ПК-1 | Умеет эффективно осуществлять взаимодействие с заинтересованными лицами в процессе разработки концепции и стратегии развития, а также в достижении стратегических целей и задач в управлении туристской организацией | <p>Знать: современные концепции стратегического управления сложными системами</p> <p>Уметь: работать в команде и организовывать работу в командном стратегическом проекте</p> <p>Владеть: навыками работ по подготовке стратегических изменений; навыками применения выявленных потенциалов, зависимостей и рисков развития системы для выработки стратегических рекомендаций</p> |
| ПК-2 | ПК-2.3. Умеет применять технологии стратегического планирования деятельности предприятий сферы туризма                                                                                                               | <p>Знать: содержание стратегического планирования в сфере туризма</p> <p>Уметь: определять перспективные направления развития туристской деятельности на основе анализа факторов внешней и внутренней среды</p> <p>Владеть: навыками разработки стратегии развития туристического предприятия на основе принципов стратегического планирования</p>                                |
| ПК-2 | ПК-2.4. Умеет разрабатывать стратегический план развития предприятий сферы туризма, как в целом по предприятию, так и по отдельным функциональным направлениям.                                                      | <p>Знать: систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии</p> <p>Уметь: прогнозировать развитие туристской индустрии</p> <p>Владеть: навыками разработки стратегических планов развития предприятий туристской сферы</p>                                                                                                                             |

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

### 3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

| Модуль | Номер раздела | Наименование раздела                                                                          | Темы раздела                                                                                  | Всего часов | Аудиторные занятия |                    |        | С<br>Р<br>С |
|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------|--------------------|--------|-------------|
|        |               |                                                                                               |                                                                                               |             | Л<br>К             | П<br>З<br>(С<br>З) | Л<br>Р |             |
| 1      | 1.1           | Содержание и принципы стратегического планирования                                            | Содержание и принципы стратегического планирования                                            | 16          | 2                  | 2                  | 0      | 12          |
| 2      | 2.1           | Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ | Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ | 16          | 2                  | 2                  | 0      | 12          |
| 3      | 3.1           | Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия              | Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия              | 18          | 2                  | 2                  | 0      | 14          |
| 4      | 4.1           | Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы                            | Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы                            | 18          | 2                  | 2                  | 0      | 14          |
| 5      | 5.1           | Конкурентный анализ в стратегическом планировании                                             | Конкурентный анализ в стратегическом планировании                                             | 18          | 2                  | 2                  | 0      | 14          |
| 6      | 6.1           | Стратегическое планирование туризма на государственном                                        | Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях                 | 22          | 4                  | 4                  | 0      | 14          |

|       |  |                              |  |     |    |    |   |    |
|-------|--|------------------------------|--|-----|----|----|---|----|
|       |  | и<br>региональном<br>уровнях |  |     |    |    |   |    |
| Итого |  |                              |  | 108 | 14 | 14 | 0 | 80 |

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

#### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема                                                                                          | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1      | 1.1           | Содержание и принципы стратегического планирования                                            | 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.                                                                                                                | 2                      |
| 2      | 2.1           | Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ | Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ. | 2                      |
| 3      | 3.1           | Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия              | Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2                      |

|   |     |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |   |
|---|-----|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|   |     |                                                                               | генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |   |
| 4 | 4.1 | Анализ исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы            | Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом. | 2 |
| 5 | 5.1 | Конкурентный анализ в стратегическом планировании                             | Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы.                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2 |
| 6 | 6.1 | Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4 |

|  |  |  |                                               |  |
|--|--|--|-----------------------------------------------|--|
|  |  |  | работы на федеральном и региональном уровнях. |  |
|--|--|--|-----------------------------------------------|--|

### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема                                                                                          | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1      | 1.1           | Содержание и принципы стратегического планирования                                            | 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.                                                                                                                | 2                      |
| 2      | 2.1           | Организация внутрифирменного стратегического планирования. Классификация прогнозов и программ | Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные, корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ. | 2                      |
| 3      | 3.1           | Основные этапы стратегического планирования на уровне туристического предприятия              | Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.                                                                                                                                                                                                         | 2                      |
| 4      | 4.1           | Анализ                                                                                        | Анализ внешней и внутренней среды                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2                      |



|   |     |                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |
|---|-----|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
|   |     | исследований внешней и внутренней среды туристической фирмы                   | <p>фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании.</p> <p>Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование.</p> <p>Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.</p> |   |
| 5 | 5.1 | Конкурентный анализ в стратегическом планировании                             | <p>Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке.</p> <p>Ценовая конкуренция.</p> <p>Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов.</p> <p>Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг.</p> <p>Стратегии конкурентной борьбы.</p>                                                                                                                                                                                                                                       | 2 |
| 6 | 6.1 | Стратегическое планирование туризма на государственном и региональном уровнях | <p>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.</p> <p>Организация прогнозно-плановой работы на федеральном и региональном уровнях.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                       | 4 |

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

| Модуль | Номер раздела | Тема | Содержание | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|------|------------|------------------------|
|        |               |      |            |                        |

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

| Модуль | Номер раздела | Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Виды самостоятельной деятельности                                    | Трудоемкость (в часах) |
|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------|
| 1      | 1.1           | 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. | подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; | 12                     |
| 2      | 2.1           | Методы планирования. Количественные и качественные показатели, их сопоставимость в планировании. Прогнозирование как процесс разработки прогнозов. Предсказательная и предписательная функции прогноза в сфере туризма. Классификация прогнозов: национальные, региональные,                                                                              | подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; | 12                     |

|   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                             |    |
|---|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----|
|   |     | <p>корпоративные; макроэкономические и отраслевые. Особенности нормативного и генетического подхода к прогнозированию туристской деятельности. Стратегическое программирование. Виды программ.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                             |    |
| 3 | 3.1 | <p>Основные этапы разработки стратегии туристического предприятия. Миссия и цели предприятия. Формирование комплекса функциональных стратегий туристического предприятия. Разработка генеральной стратегии туристического предприятия и контроль за ее реализацией.</p>                                                                                                                                                                                                            | <p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p> | 14 |
| 4 | 4.1 | <p>Анализ внешней и внутренней среды фирмы как процесс определения факторов, оказывающих влияние на деятельность фирмы. Факторы макросреды, микросреды и внутренней среды фирмы. Оценка динамики потребительского спроса на туристический продукт. Уровни анализа потребителей как главного компонента внешней среды туристической компании. Критические точки. Основные принципы сегментирования туристического рынка: географический, экономический, принцип количественного</p> | <p>подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций;</p> | 14 |

|   |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                      |    |
|---|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----|
|   |     | предпочтения туристов, принцип туристических предпочтений, возрастное сегментирование. Потребности сегмента. Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом.                                                                                                                                                                                       |                                                                      |    |
| 5 | 5.1 | Сущность и основные этапы конкурентного анализа. Общая оценка интенсивности конкурентной борьбы на туристическом рынке. Ценовая конкуренция. Идентификация существующих конкурентов и оценка возможностей появления новых конкурентов. Оценка воздействия на рыночную среду конкурентного давления поставщиков турообразующих услуг. Стратегии конкурентной борьбы. | подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; | 14 |
| 6 | 6.1 | 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.            | подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; | 14 |

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

#### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **5.1. Основная литература**

###### **5.1.1. Печатные издания**

1. Дашкова, Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе : учеб. пособие / Т. Л. Дашкова .- М. : Дашков и К° , 2011 .- 71 с
2. Скобкин С.С. Стратегия развития предприятия индустрии гостеприимства и туризма: учеб. пособие. - Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2010. - 432 с.

###### **5.1.2. Издания из ЭБС**

- 1.

##### **5.2. Дополнительная литература**

###### **5.2.1. Печатные издания**

1. Косолапов, А.Б, Елисеева, Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева .- 5-е изд., стер.- М. : КноРус , 2011 .- 197 с.

###### **5.2.2. Издания из ЭБС**

- 1.

##### **5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

| Название                                                                                          | Ссылка                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| ГАРАНТ: информационно-правовой портал (действующие редакции федеральных законов)                  | <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>     |
| Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) (действующие ГОСТ) | <a href="http://www.gostl.ru">http://www.gostl.ru</a>       |
| БД Российской государственной                                                                     | <a href="http://www.diss.rsl.ru">http://www.diss.rsl.ru</a> |

|                                                             |                                                             |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| библиотеки «Электронная библиотека: библиотека диссертаций» |                                                             |
| БД «Научная электронная библиотека»                         | <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a> |
| ЭБС «Лань»                                                  | <a href="http://www.lanbook.com">http://www.lanbook.com</a> |
| БД Российской государственной библиотеки                    | <a href="http://www.rsl.ru">http://www.rsl.ru</a>           |

## 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

|                                                                                                |                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы                                              |
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа                                      | Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по факультету |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий                                          |                                                                                                                        |
| Учебные аудитории для промежуточной аттестации                                                 |                                                                                                                        |
| Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций                       | Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закреплённой расписанием по кафедре    |
| Учебные аудитории для текущей аттестации                                                       |                                                                                                                        |

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Средством оценки ответов на практических занятиях является выступление с презентацией или устное сообщение (доклад).

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развёрнутое, официальное, сообщение по определённом вопросу.

Алгоритм подготовки доклада:

1. Определить тему и цель доклада.
2. Подобрать необходимый материал.
3. Составить план доклада.
4. Написать текст доклада (по необходимости).
5. Подготовить тезисы выступления.

6. Отрепетировать доклад в соответствии с критериями оценивания. Требования к работе:

1. Структура доклада имеет три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается: тема доклада, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы

2. Изложение материала должно быть связным, последовательным, эмоциональным, выразительным, доказательным, лишенным ненужных отступлений и повторений.

3. Соблюдение регламента выступления. На выходе мы имеем составленный устный текст, представляющий собой публичное развернутое, глубокое изложение определенной темы.

Общие правила оформления презентаций Общие требования:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот;

2. Количество слайдов должно быть не более 20;

3. При докладе рассчитывайте, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты;

4. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда;

5. По желанию можно раздать слушателям бумажные копии презентации.

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);

- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);

- 3 слайд – Цели и задачи работы;

- 4 слайд – Методы, применяемые в работе; 5...n слайд – Основная часть;

- n+1 слайд – Заключение (выводы);

- n+2 слайд – Список основных использованных источников;

- n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (Georgia, Palatino, Times New Roman);

2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);

3. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы используются для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;

4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;

5. Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации;

2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый);

3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо);

4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку,

сопровождаться названиями;

2. Изображения (в формате jpg) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;
3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;
4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Анимация:

1. Анимация используется только в случае необходимости.



Разработчик/группа разработчиков:  
Виктория Валерьевна Лиханова

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.