

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет социальных технологий и управления
Кафедра Социокультурного туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Факультет социальных
технологий и управления

Лига Марина Борисовна

«___» _____ 20___
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.13 Практикум по организации турдеятельности
на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 43.03.02 - Туризм

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

Профиль – Туроператорская и турагентская деятельность (для набора 2022)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

формирование комплексного представления о туризме, включающего как получение студентами теоретических знаний, так и усвоение ими практических профессиональных навыков по основным направлениям туристской деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

приобретение комплекса знаний об организации туристской деятельности, о видах предприятий туризма;

приобретение комплекса знаний о принципах организации работы ТО и ТА;

ознакомление с технологией и особенностями формирования туристского продукта;

формирование умений анализировать и составлять договорную документацию;

ознакомление с технологией обслуживания потребителей турпродукта.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

«Практикум по организации турдеятельности» относится к дисциплинам вариативной части, что означает формирование в процессе обучения у студента профессиональных компетенций в рамках выбранного образовательного направления, а также навыков самостоятельной работы в области туризма. Курс «Практикум по организации турдеятельности» базируется на знаниях, полученных в ходе освоения предшествующих дисциплин, таких как «Туристские ресурсы Забайкалья», «Информационные технологии в туризме», «Нормативное регулирование в туризме», «Международный туризм», «Маркетинг» и др., а так же на основе полученных практических навыков при прохождении учебной практики. Знания, полученные в данном, курсе станут базой для освоения последующих дисциплин: «Основы продаж и продвижения турпродукта», «Организация внутреннего туризма» и др., а также для успешного прохождения производственной практики и выполнения научно-исследовательской работы.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы), 144 часов.

Виды занятий	Семестр 5	Всего часов
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	51	51
Лекционные (ЛК)	17	17
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	34	34

Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	57	57
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
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
УК-2	УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта.	<p>Знать: основные понятия и терминологию экономики туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;</p> <p>Уметь: подобрать туристский продукт в соответствии с запросом клиента;</p> <p>Владеть: навыками качественного обслуживания туристов и способам его регулирования; набором коммуникативных приемов и техник с целью их эффективного использования в профессиональной деятельности;</p>
УК-2	УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.	<p>Знать: особенности организации туристской деятельности; виды предприятий туризма; принципы организации работы ТО и ТА;</p> <p>Уметь: самостоятельно изучать и анализировать экономическую</p>

		<p>литературу; анализировать и составлять договорную документацию;</p> <p>Владеть: практическими умениями в области организации туристского бизнеса;</p>
ПК-2	ПК-2.1. Участвует в формировании туристских продуктов.	<p>Знать: популярные туристские дестинации, их отельную базу и дополнительные услуги, предлагаемые на месте пребывания; особенности коммуникации с потребителями турпродукта;</p> <p>Уметь: выйти из нестандартной ситуации в общении с потребителями и разрешать конфликтные ситуации и принимать оперативные решения;</p> <p>Владеть: технологиями формирования туристского продукта; навыками разработки привлекательного туристского продукта; умениями оценки спроса и предложения на туристском рынке;</p>
ПК-2	ПК-2.6. Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов.	<p>Знать: наиболее распространенные этнокультурные особенности потенциальных партнеров по общению; способы вербального и невербального общения с потребителями;</p> <p>Уметь: обеспечить процесс обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов;</p> <p>Владеть: навыками анализа факторов, влияющих на деятельность предприятия и на развитие туризма в регионе, стране, мире;</p>

ПК-2	ПК-2.8. Обеспечивает выполнение туристским предприятием своих обязательств перед партнерами, сторонними организациями, заказчиками туристских продуктов и туристских услуг.	<p>Знать: основные способы общения с потребителями туристского продукта, обеспечения процесса обслуживания с учётом требований потребителей и (или) туристов;</p> <p>Уметь: использовать при общении необходимую палитру средств вербального и невербального общения;</p> <p>Владеть: навыками самостоятельного освоения новых знаний, профессиональной аргументации;</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			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1.1	Теоретические основы разработки туристского продукта и технология формирования туров.	Предпосылки к разработке тура. Изучение спроса на разрабатываемый тур. Потребительские свойства и качества туристского продукта.	18	4	4	0	10
	1.2	Технология и особенности формирования туристского продукта.	Этапы разработки туристского продукта. Разработка тура для туристской фирмы. Схема тура. Калькуляция стоимости тура. Туроператорский каталог.	40	6	12	0	22
	1.3	Технология	Подбор тура по запросу	50	7	18	0	25

		обслуживания потребителей турпродукта.	клиента. Популярные туристские дестинации. Курорты. Отельная база. Обслуживание туриста в турагентстве. Бронирование тура.					
Итого				108	17	34	0	57

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	Предпосылки к разработке тура. Изучение спроса на Разрабатываемый тур.	Туризм как социоэкономическая категория. Туристская деятельность и ее основные компоненты. Структура туристской отрасли. Анализ основных видов туристской деятельности. Проектирование в туризме. Планирование в туристской деятельности. Конкурентоспособность в туристской индустрии. Особенности управления и координации в туризме.	2
	1.1	Потребительские свойства и качества туристского продукта.	Понятие «турпродукт». Особенности туристской услуги: неосвязаемость, несохраняемость, непостоянство качества, разделение во времени приобретения и потребления туристской услуги, гетерогенность. Нормативно-правовые основы формирования турпродукта. Туристский маршрут. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Основные методики при составлении турпродукта. Общие критерии оценки экономической эффективности и целесообразности разработки турпродукта. Теоретические основы методики разработки турпродукта. Показатели потребительских свойств турпродукта. Деятельность туроператоров. Особенности деятельности туроператоров	2

			внутреннего, въездного и выездного туризма. Крупнейшие туроператоры в РФ. Крупнейшие туроператоры в мире.	
	1.2	Этапы разработки туристского продукта.	ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Понятие базовой туристской услуги: В&В. Предоставление базовых туристских услуг. Типы размещения и питания. Виды завтраков. Шведский стол. Услуга размещения для молодежи (хостел). Определение дополнительных туристских услуг. Дополнительные услуги как фактор конкурентоспособности предприятия туристской индустрии.	2
	1.2	Разработка тура для туристской фирмы. Схема тура. Калькуляция стоимости тура.	Партнерские отношения турфирмы по формированию турпродукта. Особенности взаимоотношений турфирм. Особенности сотрудничества с транспортными компаниями. Отношения турфирм с предприятиями питания. Отношения турпредприятий с учреждениями культуры, историко-культурным наследием, центрами экологического отдыха, экскурсионными бюро и информационными центрами. Планирование и разработка качественного инновационного туристского продукта. Оценка его экономической эффективности. Цели и задачи стратегического планирования в туристской деятельности. Система стратегического планирования и этапы принятия стратегических решений. Проектирование и разработка туристского продукта и услуг. Алгоритм создания нового турпродукта. Проблема качества услуг. Инновации в туризме. Инновационный туристский продукт. Калькуляция себестоимости и ценообразования нового	2

			турпродукта.	
	1.2	Туроператорский каталог.	Туроператорский каталог как основной носитель информации о туристском продукте. Назначение, виды, содержание каталогов. Технология подготовки к изданию и печать туроператорского каталога. Электронные каталоги на Интернет-сайтах туроператоров.	2
	1.3	Подбор тура по запросу клиента.	Подбор тура по запросу клиента.	2
	1.3	Подбор тура по запросу клиента.	Подбор тура по запросу клиента. Работа с возражениями клиента.	2
	1.3	Обслуживание туриста в турагентстве. Бронирование тура.	Бронирование как основной технологический процесс реализации туристского продукта. Базисные условия договора о реализации турпродукта. Технология он-лайн бронирования и продажи туристского продукта. Динамичное пакетирование.	3

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Предпосылки к разработке тура. Изучение спроса на разрабатываемый тур.	Туроперейтинг и механизмы взаимодействия туроператоров и контрагентов в туристской деятельности Роль и значение деятельности туроператоров в туристской индустрии. Функции туроперейтинга. Характеристика контрагентов туристской деятельности и особенности их взаимодействия с туроператорами. Менеджмент в туристской сфере. Системы управления предприятием туристской индустрии. Особенности менеджмента в туризме. Особенности управления предприятиями туристской индустрии в разных странах мира.	2

	1.1	Потребительские свойства и качества туристского продукта.	Особенности взаимоотношений туроператоров с турагентами. Типы договоров (договор комиссии, договор поручения, агентский договор). Содержание договора между туроператорами и турагентами. Критерии оценки партнера по сбыту. Объединения турфирм как основной элемент координации их предпринимательской деятельности. Российский союз туриндустрии (РТС). Ассоциация туроператоров России (АТОР). Региональные объединения. Всемирная ассоциация турагенств. Правоотношения турфирм с туристом. Информация об услугах. Договор о реализации туруслуг. Памятка туристу.	2
	1.1	Этапы разработки туристского продукта.	Особенности технологии разработки туристской услуги. Методика разработки туристской услуги. Примеры разработки туристского продукта Персональный электронный архив – источник комплектования электронными документами. Стратегическое планирование в туристской деятельности. Проектирование и разработка инновационного туристского продукта и услуг. Анализ инновационных компонентов в современных услугах ведущих российских туроператоров. Продвижение туристского продукта Роль рекламы в продвижении турпродукта. Исследование рынка и этапы рекламной компании. Средства распространения рекламной информации. Брендинг и ребрендинг. Брендинг достопримечательностей Забайкалья, России и мира	4
	1.1	Туроператорский каталог.	Туроператорский каталог как основной носитель информации о туристском продукте. Назначение, виды, содержание каталогов. Технология подготовки к изданию и печать туроператорского каталога.	4

			Электронные каталоги на Интернет-сайтах туроператоров.	
	1.2	Этапы разработки туристского продукта.	Особенности туристской услуги. Характеристика основных категорий потребителей туристских услуг. Особенности предоставления туристских услуг различным категориям клиентов. Базовые (B&B) и дополнительные туристские услуги. Понятие базовой туристской услуги. Типы размещения и питания. Примеры предоставления базовых услуг. Характеристика дополнительных туристских услуг. Организация питания туристов. Виды питания по разным туристским программам. Особенности организации ресторанного сервиса в мире и России.	4
	1.2	Разработка тура для туристской фирмы. Схема тура. Калькуляция стоимости тура.	Особенности технологии разработки туристской услуги. Методика разработки туристской услуги. Примеры разработки туристского продукта Персональный электронный архив – источник комплектования электронными документами. Стратегическое планирование в туристской деятельности. Проектирование и разработка инновационного туристского продукта и услуг. Анализ инновационных компонентов в современных услугах ведущих российских туроператоров. Продвижение туристского продукта Роль рекламы в продвижении турпродукта. Исследование рынка и этапы рекламной компании. Средства распространения рекламной информации. Брендинг и ребрендинг. Брендинг достопримечательностей Забайкалья, России и мира	4
	1.2	Туроператорский каталог.	Туроператорский каталог как основной носитель информации о туристском продукте. Назначение, виды, содержание каталогов. Технология подготовки к изданию и	4

			печать туроператорского каталога. Электронные каталоги на Интернет-сайтах туроператоров.	
	1.3	Подбор тура по запросу клиента.	Популярные туристские дестинации (Краснодарский край, Алтай, Байкал, Японское море). Курорты. Отельная база (Турция, Египет, Тайланд, Мальдивы, Куба)	10
	1.3	Обслуживание туриста в турагентстве. Бронирование тура.	Стандарты и технологии туристского обслуживания. Документы по организации туристского путешествия. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта, методы продажи. Технология разговора по телефону. Обслуживание клиента в офисе. Технология он-лайн бронирования и продажи туристского продукта. Современные технологии автоматизации туристской деятельности.	8

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	Современные концепции потребительского поведения. Принципиальные отличия поведения потребителей в зависимости от культурно-исторических, экономических, политических ориентаций потребителей	Подготовка докладов к семинарским занятиям. Методики изучения спроса на разрабатываемый тур.	10

		<p>туристских услуг. Организационная система туристской индустрии в России и мире. Особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме.</p>		
	1.2	<p>Разработка тура для туристской фирмы. Схема тура. Калькуляция стоимости тура. ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. ГОСТ 32612-2014 Туристские услуги. Информация для потребителей. Понятие базовой туристской услуги: В&В. Предоставление базовых туристских услуг. Типы размещения и питания. Виды завтраков. Шведский стол. Услуга размещения для молодежи (хостел). Определение дополнительных туристских услуг. Дополнительные услуги как фактор конкурентоспособности предприятия туристской индустрии. Туроператорский каталог как основной носитель информации о туристском продукте. Назначение, виды, содержание каталогов. Технология подготовки к изданию и печать туроператорского каталога. Электронные каталоги на Интернет-сайтах туроператоров.</p>	<p>Подготовка сообщений. Выполнение практических заданий. Подготовка к тесту №1</p>	22

	1.3	Популярные туристские дестинации. Курорты. Отельная база. Психологические типы клиентов. Холодные звонки. Постпродажное обслуживание.	Подготовка сообщений. Выполнение практических заданий. Подготовка к тесту №2.	25
--	-----	---	---	----

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. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: учебно-практ. пособие / О.Ю. Грачева [и др.]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2010. – 276с.

2. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учеб. пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатъева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с.

2. Золотовский, В. А. Правовое регулирование в сфере туризма : учебное пособие для вузов / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 247 с.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Егоренков, Л.И. Введение в технологию туризма: учебно-метод. пособие / Л.И. Егоренков. – М.: Финансы и статистика; Инфра-М, 2009. – 304 с.

2. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг: учеб. пособие / Д.С. Ушаков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.; Ростов-на-Дону: МарТ, 2006. – 444 с.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с.

2. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 472 с.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
Научная электронная библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp?
Электронно-библиотечная система «Лань»	http://www.lanbook.com .
Сайт Российского союза туриндустрии	https://rostourunion.ru/
Информационно-справочная система Консультант	http://www.consultant.ru/
Профессиональный туристический портал Profi+travel	https://profi.travel/

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

Самостоятельная работа, как вид учебной работы, представляет собой способ организации познавательной деятельности студентов, предполагающий выполнение заданий в отсутствие преподавателя. Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы студентов могут быть:

изучение основной, дополнительной литературы по дисциплине, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и их выборочное конспектирование; работа с конспектом лекций;

подготовка докладов и сообщений;

подготовка мультимедийной презентации; выполнение практических заданий; написание реферата.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия. В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

К практическим занятиям студент должен подготовить / выполнить один или несколько видов заданий: доклад, сообщение, практическое задание, ситуационную задачу.

ДОКЛАД

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

Доклад – один из видов монологической речи, публичное, развернутое, официальное,

сообщение по определённому 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. Строение 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.

ПРАКТИЧЕСКАЯ / СИТУАЦИОННАЯ ЗАДАЧА

Практическая задача – это задание, ориентированное на применение (отработку) уже освоенных знаний, умений в ситуации внутри конкретного модуля дисциплины. При

выполнение практической задачи необходимо опираться на изученный материал и соответствующие нормативно-правовые акты. ПРЕЗЕНТАЦИЯ

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 - изображения – 2/3 (текста меньше чем картинок). Анимация:
 1. Анимация используется только в случае необходимости.

Разработчик/группа разработчиков:
Ольга Александровна Лях

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.