

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Сервис и туризм»

Автор Загурская Светлана Геннадьевна, к.э.н., доцент

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства

Направление подготовки:	43.03.02 – Туризм
Профиль:	Управление и проектирование туризма (по видам транспорта)
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 17 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">И.В. Федакин</p>
--	---

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) в виде электронного документа выгружена из единой корпоративной информационной системы управления университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 314524
Подписал: Заведующий кафедрой Федакин Иван Владимирович
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства» является формирование системы знаний о маркетинге как рыночной концепции управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия.

Задачи дисциплины:

- сформировать общее представление о маркетинге как о системе управления организацией в условиях рыночной экономической среды;
- раскрыть сущность маркетингового инструментария и выявить условия его применимости в различных организациях;
- вооружить студентов конкретными практическими навыками, позволяющими решать профессиональные задачи;
- продемонстрировать специфику организации маркетинговых исследований в условиях российской экономической среды;
- показать взаимосвязь комплекса маркетинга с другими социально-экономическими дисциплинами;
- способствовать дальнейшему наращиванию интеллектуального потенциала студентов: необходимого для последующей профессиональной деятельности.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его базовую часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Менеджмент в туризме

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта;	<p>ОПК-4.1 Решает задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом.</p> <p>ОПК-4.2 Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов.</p> <p>ОПК-4.3 Осуществляет продажи продукта туристской деятельности, в том числе, с помощью онлайн-технологий.</p> <p>ОПК-4.4 Осуществляет продвижение услуг сферы туризма по основным направлениям, в том числе, в сети Интернет.</p>
2	ПКО-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий;	<p>ПКО-4.1 Организует процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг.</p> <p>ПКО-4.2 Анализирует жалобы и претензии туристов к качеству туристского обслуживания, подготавливает предложения по предъявлению претензий к принимающей стороне и контрагентам.</p> <p>ПКО-4.3 Изучает требования туристов, анализ мотивации спроса на реализуемые туристские продукты.</p> <p>ПКО-4.4 Координирует выполнение обязательств по размещению, проживанию, питанию и страхованию туристов на период туристской поездки, их транспортному, визовому, экскурсионному, медицинскому обслуживанию, оказанию дополнительных услуг (культурного и спортивного характера, гидом-переводчиком).</p>
3	ПКР-2 Способен организовать эффективную работу туристской организации туристско-рекреационной сферы и его служб на основе действующего законодательства;	<p>ПКР-2.1 Осуществляет общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристской организации и его подразделений.</p> <p>ПКР-2.2 Обеспечивает работу и взаимодействие со структурных подразделений туристской организации, направленность их деятельности на обеспечение качества формируемых и реализуемых туристских продуктов.</p> <p>ПКР-2.3 Осуществляет руководство разработкой текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучением обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг.</p> <p>ПКР-2.4 Организует работу персонала туристской фирмы, формирует штатное расписание, правила внутреннего трудового распорядка, график отпусков, должностные инструкции, производственные инструкции и иные организационно-правовые документы. Определяет правила приема, перемещения и увольнения работников, их материального и морального поощрения. Обеспечивает соблюдение трудовой и производственной дисциплины, правил по охране</p>

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
		труда и пожарной безопасности.
4	ПКР-4 Способен разрабатывать бизнес - планы создания и развития существующих и новых организаций (направлений деятельности, продуктов) и оценивать их эффективность.	ПКР-4.1 Использует метод бизнес-планирования. ПКР-4.2 Проводит предварительный анализ конъюнктуры рынка. ПКР-4.3 Осуществляет сбор и анализ данных для составления бизнес-плана создания новой организации. ПКР-4.4 Оценивает эффективность бизнес-проекта. ПКР-4.5 Осуществляет поиск источников финансирования бизнес проекта.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

5 зачетных единиц (180 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 4
Контактная работа	50	50,15
Аудиторные занятия (всего):	50	50
В том числе:		
лекции (Л)	16	16
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	85	85
Экзамен (при наличии)	45	45
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	180	180
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	5.0	5.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК1, ПК2	КР (1), ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ПП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	Раздел 1 Понятие, сущность маркетинга и особенность развития маркетинга в туризме. Сущность, принципы, цели, задачи, функции маркетинга. Система маркетинга, ее особенности. Эволюция концепций маркетинга. Типы, виды маркетинга в сфере туризма. Специфика и тенденции развития маркетинга в сфере туризма	2		1		7	10	
2	4	Раздел 2 Организация и управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия Уровни и координация маркетинга в туризме. Основные этапы процесса управления маркетингом в туристском бизнесе. Службы маркетинга на туристских предприятиях, их структура, функции принципы организации	2		1		7	10	
3	4	Раздел 3 Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности предприятия. Стратегическое маркетинговое планирование. Тактическое маркетинговое планирование, структура плана маркетинга туристского предприятия. Понятие и значение ситуационного анализа, применение методики SWOT анализа и «PEST-анализа».	2		4		9	15	ПК1
4	4	Раздел 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии Система маркетинговой информации и методы сбора информации. Виды и направления маркетинговых исследований, их роль и значение в формировании информационной базы туристских предприятий. Характеристика основных этапов маркетинговых исследований, методология маркетинговых исследований. Исследование туристского рынка. Исследование среды туристских предприятий. Исследование конкурентов. Исследование потребителей	1		10		15	26	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	4	Раздел 5 Сегментация туристского рынка Значение сегментации рынка туристских услуг. Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации. Характеристика географической, демографической, психографической и поведенческой сегментации. Выбор целевых сегментов, варианты охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Методика поиска целевых сегментов.	2		4		9	15	
6	4	Раздел 6 Комплекс маркетинга, роль и значение базовых элементов. Разработка комплекса маркетинга в сфере туризма. Характеристика понятия «туристский продукт». Понятие туристский продукт, ассортимента продуктов и услуг. Концепция жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Разработка и внедрение на рынок нового турпродукта. Разработка продуктов и услуг для различных сегментов рынка. Характеристика продуктовых стратегий туристских предприятий. Особенности формирования продуктовой стратегии предприятия. Стратегии разработки новых продуктов. Позиционирование продуктов	1		4		11	16	
7	4	Раздел 7 Ценообразование в туристском маркетинге. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Постановка целей и выбор методов ценообразования. Формирование ценовой политики. Методика расчета базисной цены продукта, оценка издержек. Ценообразование на различных типах рынка, анализ ценовой политики конкурентов. Характеристика ценовых стратегий и тактик. Определение и реализация ценовой стратегии предприятия.	2		4		9	15	
8	4	Раздел 8 Формирование сбытовой политики и политики продвижения на предприятиях туристской индустрии Каналы сбыта турпродуктов. Особенности сбытовой политики	2		4		9	15	ПК2

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		туроператорских и турагентских фирм. Прямые продажи, агентские продажи. Стимулирование сбыта, выбор средств и методов. Электронные продажи как эффективный канал сбыта турпродуктов. Формирование политик продвижения турфирмы, продуктов и услуг на внешнем и внутреннем рынках.							
9	4	Раздел 9 Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии Основные проблемы и тенденции в области формирования коммуникационной политики туристского предприятия, этапы формирования коммуникационной политики. Реклама в туризме, ее роль и значение, виды. Понятие PR: роль, значение и функции. Характеристика современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, новейшие электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). Цели формирования фирменного стиля туристского предприятия. Элементы и носители фирменного стиля.	2		2		9	13	КР
10	4	Раздел 10 Промежуточная аттестация						45	ЭК
11		Всего:	16		34		85	180	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	4	РАЗДЕЛ 1 Понятие, сущность маркетинга и особенность развития маркетинга в туризме.	Эволюция концепций маркетинга. Типы, виды маркетинга в сфере туризма. Специфика и тенденции развития маркетинга в сфере туризма(круглый стол)	1
2	4	РАЗДЕЛ 2 Организация и управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	Службы маркетинга на туристских предприятиях, их структура, функции принципы организации(коллоквиум дискуссия)	1
3	4	РАЗДЕЛ 3 Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности предприятия.	Стратегическое маркетинговое планирование в турфирме(ситуационные задания, кейс задание)	2
4	4	РАЗДЕЛ 3 Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности предприятия.	Тактическое маркетинговое планирование в турфирме (практические задания)	2
5	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	Система маркетинговой информации и методы сбора информации(коллоквиум- дискуссия)	2
6	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	Исследование туристского рынка(ситуационные задания, кейс задание)	2
7	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туристской индустрии	Исследование среды туристских предприятий(ситуационные задания, кейс задание)	2

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
8	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туриндустрии	Исследование конкурентов(ситуационные задания, кейс задание)	2
9	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туриндустрии	Исследование потребителей(ситуационные задания, кейс задание)	2
10	4	РАЗДЕЛ 5 Сегментация туристского рынка	Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации маркетинг(практические задания)	2
11	4	РАЗДЕЛ 5 Сегментация туристского рынка	Выбор целевых сегментов, варианты охвата рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный(ситуационные задания, кейс задание)	2
12	4	РАЗДЕЛ 6 Комплекс маркетинга, роль и значение базовых элементов. Разработка комплекса маркетинга в сфере туризма. Характеристика понятия «туристский продукт».	Разработка продуктов и услуг для различных сегментов рынка (деловая игра)	2
13	4	РАЗДЕЛ 6 Комплекс маркетинга, роль и значение базовых элементов. Разработка комплекса маркетинга в сфере туризма. Характеристика понятия «туристский продукт».	Разработка альтернативных маркетинговых стратегий на основе матрицы «продукт-рынок» и матрицы БКГ (деловая игра)	2
14	4	РАЗДЕЛ 7 Ценообразование в туристском маркетинге.	Ценообразование на различных типах рынка, анализ ценовой политики конкурентов(практические задания)	2
15	4	РАЗДЕЛ 7 Ценообразование в туристском маркетинге.	Определение и реализация ценовой стратегии предприятия(деловая игра)	2

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
16	4	РАЗДЕЛ 8 Формирование сбытовой политики и политики продвижения на предприятиях туристской индустрии	Особенности сбытовой политики турфирм, политики продвижения на внутренних и внешних рынках(круглый стол)	2
17	4	РАЗДЕЛ 8 Формирование сбытовой политики и политики продвижения на предприятиях туристской индустрии	Стимулирование сбыта, выбор средств и методов стимулирования продаж (практические задания)	2
18	4	РАЗДЕЛ 9 Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии	Основные проблемы и тенденции в области формирования коммуникационной политики туристского предприятия(коллоквиум-дискуссия)	2
ВСЕГО:				34/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Темы курсовых работ привязываются к конкретному туристскому предприятию, выбор которого студент согласует с руководителем

1. Маркетинговое исследование конкурентоспособности предприятия
2. Комплекс маркетинга, особенности его разработки на предприятии.
3. Стратегическое маркетинговое планирование туристского предприятия.
4. Система тактического планирования маркетинговой деятельности туристского предприятия
5. Формирование продуктовой стратегии туристского предприятия.
6. Формирование сбытовой стратегии туристского предприятия
7. Формирование ценовой стратегии туристского предприятия
8. Пути формирования позитивного имиджа туристского предприятия.
9. Электронный маркетинг его роль и значение в формировании коммуникативной политики туристского предприятия.
10. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для реализации познавательной и творческой активности студентов в учебном процессе используются современные образовательные технологии, дающие возможность повышать качество образования, более эффективно использовать учебное время и снижать долю репродуктивной деятельности учащихся за счет снижения времени, отведенного на выполнение самостоятельной работы. В рамках дисциплины «Маркетинг в туризме» предусмотрены следующие образовательные технологии:

- по уровню применения: педагогические;
- по организационной формам: групповые, классно-урочные;
- по типу управления познавательной деятельностью: классическо-лекционные, обучение с помощью технических средств, по книге, система малых групп;
- по подходу к обучаемому: лично-ориентированные, технологии сотрудничества;
- по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; развивающее обучение; проблемно-поисковое, игровые.

В учебном процессе предусмотрено использование рейтинговой технологии (рейтинговой шкалы оценки), технологий на основе активизации и интенсификации деятельности обучающихся (игровое обучение, проблемное обучение, использование схемных моделей учебного материала, компьютерные технологии).

Достижимые результаты от применения образовательных технологий:

Образовательные

технологии Достижимые результаты

Проблемное обучение Рассмотрение проблемных ситуаций во время проведения практических занятий и проблемной лекции и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению. Один из приемов, используемых на лекциях – создание проблемной ситуации. Самым простым в данном случае является достаточно четкое определение темы нового материала и выделение тех основных вопросов, в которых надлежит разобраться обучающимся. В результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности. **Исследовательские методы в обучении** Используется при подготовке курсовой работы и докладов. Метод дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения.

Технология использования в обучении игровых методов (диалоговых) Используется на практических занятиях. Использование технологии позволяет расширить кругозор, сформировать умения и навыки, необходимые в практической деятельности.

Обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа) На практических занятиях, во время проведения дискуссии, лекции диалог. Сотрудничество трактуется как идея совместной развивающей деятельности.

Информационно-коммуникационные технологии Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Рабочей программой предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (лекция-визуализация, лекция диалог, семинар-дискуссия, деловая игра, разбор конкретных практических ситуаций, презентации докладов с широким обсуждением в группе) с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов.

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекций и практических занятий и самостоятельной работы студентов.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по подходу к обучаемому являются лично-ориентированными с применением технологии сотрудничества; по преобладающему методу: объяснительно-иллюстративными; направлены на развивающее и проблемно-поисковое обучение.

Лекции проводятся в следующих формах

Проблемная лекция. Преподаватель в начале и по ходу изложения учебного материала создает проблемные ситуации и вовлекает студентов в их анализ. Разрешая противоречия, заложенные в проблемных ситуациях, обучаемые самостоятельно могут прийти к тем выводам, которые преподаватель должен сообщить в качестве новых знаний.

Лекция-визуализация. В данном типе лекции передача преподавателем информации студентам сопровождается показом различных рисунков, структурно-логических схем, опорных конспектов, диаграмм и т. п. с помощью ЭВМ (слайды, видеозапись, интерактивная доска и т. д.).

Лекция-диалог. Содержание подается через серию вопросов, на которые студенты должны отвечать непосредственно в ходе лекции.

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения, проблемно-поискового и игрового обучения. Практический курс проводится с использованием диалоговых технологий, в том числе – решения кейсов, основанных на коллективных способах обучения практических занятий в командах достижений (12 академических часов)

Активный семинар. В процессе семинара студенты выступают с презентациями, отвечают на вопросы аудитории и преподавателя. В конце семинара проводится групповое обсуждение.

Метод дискуссии выступает базовым в системе интерактивных методов обучения.

Дискуссия – это коллективное обсуждение конкретной проблемы, вопроса или сопоставление разных позиций, информации, идей, мнений и предложений. Во время дискуссии оппоненты могут либо дополнять друг друга, либо противостоять один другому. В первом случае больше будут проявляться качества, присущие диалогу, во втором – дискуссия будет носить характер спора, т. е. отстаивание своей позиции. Как правило, в дискуссии присутствуют оба эти элемента.

«Мозговой штурм» («мозговая атака») представляет собой разновидность групповой дискуссии, которая характеризуется отсутствием критики поисковых усилий, сбором всех вариантов решений, гипотез и предложений, рожденных в процессе осмысления какой-либо проблемы, их последующим анализом с точки зрения перспективы дальнейшего использования или реализации на практике.

Исследование с последующей групповой дискуссией. Данная технология предполагает знакомство студентов с инструментарием для исследования отдельных психологических характеристик индивида. Исследование осуществляется каждым студентом самостоятельно. По окончании исследования проводится дебрифинг.

Метод кейсов (англ. Casemethod, кейс-метод, метод конкретных ситуаций, метод ситуационного анализа)— техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Групповое задание. Студентам выдается описание конкретной ситуации и вопросы (задания) к ней. Студенты вначале работают самостоятельно, затем проводится обсуждение в малых группах, в ходе которого студенты должны выработать общую позицию по решению кейса. Затем представители малых групп выступают с мини презентациями. В конце проводится дебрифинг.

Деловая игра. Студенты делятся на малые группы (5-6 человек). Каждый студент по очереди будет выполнять роль менеджера в своей малой группе, а остальные – роль его подчиненных. Малым группам под руководством менеджеров предстоит выполнить целый ряд заданий, а после выполнения задания оценить качество работы менеджера. По итогам игры проводится дебрифинг.

Опросы. Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при

проведении зачета в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения задачи. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы.

Использование при проведении опроса технологии «нумерация студентов».

Каждому участнику присваивается определенный порядковый номер (первый, второй, третий, четвертый). Преподаватель задает вопрос и просит, чтобы «студенты вместе подумали над ответом». Преподаватель называет номер и только студенты с этим номером могут поднимать руки для ответа.

Письменные блиц-опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный блиц-опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения зачета, когда необходимо проверить знания студентов по всему курсу.

Решение заданий в тестовой форме. Проводится два раза в течение изучения дисциплины (семестр) письменно. Не менее, чем за 2 недели до проведения тестирования, преподаватель должен подготовить бланки заданий, а также определить критерии оценки. Не менее, чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен передает студентам исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме и теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки. Каждому студенту отводится на тестирование 40 минут, по 2 минуты на каждое задание. Оценка результатов тестирования производится преподавателем в соответствие с ключами к тесту, результат сообщается через неделю. Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы. К традиционным видам работы относятся отработка лекционного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка конспектов лекций, докладов и презентаций

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение ситуационных задач, анализ конкретных ситуаций, работа с данными) для оценки умений и навыков.

Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	4	РАЗДЕЛ 1 Понятие, сущность маркетинга и особенность развития маркетинга в туризме.	Сущность, принципы, цели, задачи, функции маркетинга.	7
2	4	РАЗДЕЛ 2 Организация и управление маркетинговой деятельностью туристского предприятия	Уровни и координация маркетинга в туризме	7
3	4	РАЗДЕЛ 3 Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности предприятия.	Стратегическое маркетинговое планирование.	9
4	4	РАЗДЕЛ 4 Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации в туриндустрии	Система маркетинговой информации и методы сбора информации	15
5	4	РАЗДЕЛ 5 Сегментация туристского рынка	Значение сегментации рынка туристских услуг.	9
6	4	РАЗДЕЛ 6 Комплекс маркетинга, роль и значение базовых элементов. Разработка комплекса маркетинга в сфере туризма. Характеристика понятия «туристский продукт».	Понятие туристский продукт, ассортимента продуктов и услуг.	11
7	4	РАЗДЕЛ 7 Ценообразование в туристском маркетинге.	Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия.	9
8	4	РАЗДЕЛ 8 Формирование сбытовой политики и политики продвижения на предприятиях туристской индустрии	Каналы сбыта турпродуктов.	9
9	4	РАЗДЕЛ 9	Основные проблемы и тенденции в области	9

		Формирование коммуникационной политики предприятий туристской индустрии	формирования коммуникационной политики туристского предприятия, этапы формирования коммуникационной политики.	
ВСЕГО:				85

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг в туризме и гостеприимстве	Барышев, А.Ф.	М. : Финансы и статистика, 2014	Все разделы
2	Маркетинг и турбизнес	Моисеева, Н.К.	М.: Финансы и статистика, 2014	Все разделы
3	Маркетинг в туристской индустрии	Филиппова, И.Г.	СПб. : ИЭО СПбУУиЭ, 2013	Все разделы
4	Партизанский маркетинг в туризме	Шнайдерман, А.Л.	М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
5	Маркетинг: кейсы из коллекции ВШМ СПбГУ	Гладких, И.В.	СПб.: СПбГУ, 2010	Все разделы
6	Маркетинг: активные методы обучения	Т.Н. Парамонова, А.О. Блинов, Е.Н. Шереметьева [и др.].	М. :КноРус, 2014	Все разделы
7	Практикум по маркетингу	В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков.	М. :КноРус, 2014	Все разделы
8	Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум	Бурменко Т.Д.	М. :КноРус, 2015	Все разделы
9	Сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу «Маркетинг»	Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова, Л.И. Юликов	М.: Финансы и статистика, 2014	Все разделы
10	Менеджмент и маркетинг туризма. Электронное учебно-методическое пособие	Лесников, А.М	СПб. : ИЭО СПбУУиЭ, 2009	Все разделы
11	Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Практикум	Загурская С.Г.	М.: МИИТ, 2008	Все разделы
12	Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Задания в тестовой форме.	Загурская С.Г.	М.: МИИТ, 2009	Все разделы
13	Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. Учебное пособие.	Загурская С.Г.	М.: МИИТ, 2011	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для самостоятельной работы над темами дисциплины студентам, наряду с рекомендуемой и дополнительной литературой, предлагается использовать данные и информацию следующего характера. (В том числе для поиска материала используется система Интернет, в частности поисковые системы Yandex и Google):

1. Справочно-информационного (словари, справочники, энциклопедии и т.д.);
2. Официального (сборники нормативно-правовых документов, законодательных актов);
3. Научного и научно-популярного (монографии, статьи, диссертации, сборники научных трудов и т.д.);
4. Периодические издания и т.д.

Название библиотеки Веб-адрес

Российская Государственная Библиотека <http://www.rsl.ru>

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru>

Государственная публичная научно-техническая библиотека России <http://www.gpntb.ru>

Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы <http://www.libfl.ru>

Всероссийский институт научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН) <http://www2.viniti.ru>

Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН) <http://www.inion.ru>

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для проведения аудиторных занятий требуется:

1. Рабочее место преподавателя с персональным компьютером, подключённым к сетям INTERNET и INTRANET.
2. Специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой и интерактивной доской
3. Система тестового контроля АСТ.
4. Методический кабинет кафедры с книжным фондом
- 5 Электронная версия дисциплины.
6. Для проведения практических занятий необходима мультимедийная аудитория с доской.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При изучении дисциплины используется лекционная аудитория, оборудованная мультимедийным проектором и экраном. Для каждой лекции готовится презентация. Реализация программы дисциплины требует наличия программного обеспечения:

1. Microsoft Office,
2. Microsoft Power Point.

Для тестирования студентов программы «Конструктор тестов» (оболочка АСТ).

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Студентам необходимо ознакомиться: с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, методическими разработками по данной дисциплине, с графиком консультаций преподавателя.

На первом занятии студенты получают материалы курса

1.1. Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Именно поэтому контроль над систематической работой студентов всегда находится в центре внимания преподавателя.

Подготовка студентов к лекции включает в себя:

- просмотр материала предшествующей лекции;
- ознакомление с примерным содержанием предстоящей лекции просмотром темы, программы и контрольных вопросов учебника;
- выявление материала, наиболее слабо освещенного в учебнике;
- выяснение вопросов, достойных наибольшего внимания;
- создание психологической настроенности.

При слушании и восприятии лекции студент должен усвоить:

- научную сущность и идейную направленность лекции;
- взаимосвязь лекции с другими лекциями и смежными науками;
- научную логику связи теории с жизнью;
- глубоко осмыслить сформулированные законы и понятия науки, приведенные факты, доказательства, аргументацию.

Успех лекции зависит не только от искусства лектора, но и от умения студентов слушать лекции. Слушание лекции – это не только внешний активный, напряженный мыслительный процесс, но главным образом внутренний. Как и во время других занятий, на лекции преподаватель лишь организует определенную деятельность студентов, но выполнять ее они должны сами.

Одним из важных условий эффективности усвоения материала лекции является способность включаться в лекционный процесс. Это зависит от максимальной сосредоточенности и быстрого переключения внимания. Добиться устойчивости внимания не всегда легко. Каждая лекция не может быть настолько захватывающей и увлекательной, чтобы внимание было устойчивым «само по себе». Значит, каждому студенту нужно заставить себя не отвлекаться, проявляя большую силу воли. Другим условием правильного, наиболее продуктивного слушания лекции является развитие памяти.

Однако при всей своей важности курс лекций еще не обеспечивает полного и глубокого усвоения изучаемой науки. Достигнуть этого можно лишь при выработке собственного понимания изучаемого предмета, что возможно только в процессе самостоятельной работы не только над конспектом, но главным образом над учебниками и другими литературными источниками.

Ведение записей лекций необходимо по следующим причинам:

- сразу после лекции запоминается, и то на краткий срок, не более 40–45% учебного материала;
- ведение записей способствует организации внимания студентов;
- более прочному усвоению учебного материала;
- облегчению работы памяти (освобождение ее от запоминания отдельных учебных фактов, примеров и т.д.),
- сохранению в виде конспектов учебного материала для будущей самостоятельной работы;
- восстановлению в памяти прослушанного на лекции;
- подготовка к экзаменам и зачетам;
- развитие и укрепление умений и навыков фиксации учебного материала.

В конспекте следует избегать подробной записи. Конспект не должен превращаться в единственный источник информации, а должен подводить студента к самостоятельному обдумыванию материала, к работе с учебной книгой. Независимо от того, есть учебник

или нет, лекции записывать необходимо.

Правила ведения записей и оформление конспекта:

- начинать с даты занятий, названия темы, целей и плана лекции, рекомендованной литературы;
 - вести конспект опрятно, содержательно, четко, разборчиво, грамотно;
 - научиться выделять и записывать основные научные положения и факты, формулы и правила, выводы и обобщения; не перегружать записи отдельными фактами;
 - выделять разделы и подразделы, темы и подтемы;
 - применять доступные пониманию сокращения слов и фраз;
 - записывать рекомендованную литературу;
 - желательно выделять цветом названия темы, основные положения, выводы;
 - записи вести на страницах с большими полями.
- Последующая работа над лекцией заключается в повторении ее содержания по конспекту (а еще лучше с привлечением дополнительных источников) вскоре после ее прослушивания, т.к. забывание материала, воспринятого любым способом идет особенно интенсивно сразу же после восприятия.
- Работа над конспектом лекции осуществляется по этапам:
- повторить изученный материал по конспекту;
 - непонятные положения отметить на полях и уточнить;
 - неоконченные фразы, пропущенные слова и другие недочеты в записях устранить, пользуясь материалами из учебника и других источников;
 - завершить техническое оформление конспекта (подчеркивания, выделение главного, выделение разделов, подразделов и т.п.).

1.2. Рекомендации по подготовке к практическим (семинарским) занятиям

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-правовые акты;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе семинара давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющие письменного решения задач или не подготовившиеся к данному практическому занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, изучавшийся на занятии.

Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

1.2.1. Рекомендации к подготовке к дискуссии

Каждая дискуссия проходит три стадии развития: ориентация, оценка, консолидация.

На первой стадии происходит процесс «ориентации» и адаптации участников дискуссии к самой проблеме, друг к другу, общей атмосфере. Именно таким образом начинает вырабатываться некая установка на решение представленной проблемы.

Стадия «оценки» напоминает ситуацию сопоставления информации, различных позиций,

генерирования идей.

На последней стадии консолидации предполагается выработка единых или компромиссных решений, мнений и позиций.

Этапы проведения

1. Выдвигаются проблемы. Затем в процессе групповой дискуссии студенты располагают проблемы по степени важности, значимости и выделяют наиболее «острую» для изучения в малых группах (на основе необходимого материала (концепции, принципы, факты, взгляды) – базовых сведений по изучаемой проблеме, а также научной литературе, справочников, словарей, который выдается преподавателем).
2. Выделенная проблема становится предметом изучения и обсуждения в каждой малой группе.
3. Все группы последовательно предъявляют свой материал (факты, примеры, выработанную точку зрения, позиции) всей учебной группе.
4. Далее следует общая дискуссия: анализ высказанных позиций, принятие наиболее перспективных, дополнение, взаимообогащение разных точек зрения, расширение представлений, установок, способов поведения, изменение отношения к себе, к другим, к миру.

1.2.3. Рекомендации по подготовке к групповой дискуссии - «мозговому штурму»
«Мозговой штурм» – разновидность групповой дискуссии, которая характеризуется отсутствием критики поисковых усилий, сбором всех вариантов решений, гипотез и предложений, рожденных в процессе осмысления какой-либо проблемы, их последующим анализом с точки зрения перспективы дальнейшего использования или реализации на практике.

Этапы проведения «мозгового штурма»

Вариант А (Проблемное занятие)

1. Постановка и осмысление проблемы. Один из студентов предлагает видение проблемы. Затем в ходе дискуссии (не более 5 минут) студенты предлагают свое понимание проблемной ситуации, определяются «правила игры», оговаривается то, что необходимо получить в конце занятия.
2. Генерирование вариантов решения проблемы. Студенты предлагают свои способы решения проблемы. Высказываемые идеи озвучиваются без доказательств. Принимаются к рассмотрению все идеи: реальные, фантастические, смешные, трудновыполнимые. Их фиксация производится преподавателем или одним из студентов. Каждому из выступающих отводится не более 30 секунд. Максимальный предел идей – половина от числа обучаемых.
3. Поиск аргументов в поддержку предложенных решений. Студенческая группа делится на подгруппы (3–5 человек). Происходит жеребьевка выдвинутых вариантов. Далее команды должны за 7–10 минут предоставить как можно больше предложений по аргументации доставшейся идеи. Следует отметить, что студенты должны будут работать даже с теми вариантами, которые им не нравятся, но достались в ходе жеребьевки.
4. Отбор наиболее аргументированных вариантов решений. Для отстаивания своей идеи от каждой подгруппы делегируется по 1 представителю, который должен представить работу подгруппы перед аудиторией за 1–2 минуты. По итогам выступлений отбирается половина наиболее удачных докладов, над которыми и продолжат работу студенты.
5. Критика отобранных решений. Студенческая группа вновь разбивается на подгруппы (3–5 человек), среди которых вновь и происходит жеребьевка оставшихся идей (вариантов). Задача подгрупп за 7–10 минут высказать наибольшее количество критических замечаний в адрес доставшейся идеи, обнаружить ее слабые стороны. Чем больше недостатков, слабостей, неясностей обнаружит подгруппа в варианте решения проблемы, тем лучше удастся найти решения на более поздних стадиях.
6. Отбор решений, наиболее устойчивых к критике. Этот этап аналогичен четвертому. В

результате останется только половина идей, критика которой будет наиболее убедительной.

7. Продумывание способов реализации отобранных решений. Укрупнение подгрупп, жеребьевка оставшихся способов решения проблемы, поставленной в начале занятия. Задача каждой из подгрупп – разработка конкретных способов реализации оставшихся предложений, т. е. решения проблемы.

8. Обсуждение способов. Допускаются как позитивные, так и негативные выступления.

9. Подведение итогов. Отмечаются способы решения проблемы, которые оказались вне поля зрения студентов.

Вариант В

1. Формулирование проблемы.

2. Формирование экспертной группы (3–4 человека), способной отобрать наилучшие идеи и разработать показатели и критерии оценки.

3. Тренировочная интеллектуальная разминка для приведения студентов в рабочее психологическое состояние за счет активизации их знаний, обмена мнениями и выработки общей позиции по проблеме. Осуществляется в форме экспресс-опроса студентов.

4. Генерирование идей. Студенты формулируют любые пришедшие им в голову варианты решений. Поощряется интеллектуальная активность участников, запрещаются любые комментарии в адрес высказанных идей и предложений к ним, блокируются невербальные эмоциональные реакции членов группы на услышанное. Работа ведется в максимально быстром темпе. Каждому студенту слово предоставляется на несколько секунд. Работа может вестись по кругу или вразнобой. Экспертная группа фиксирует все выдвинутые идеи. Общая продолжительность этапа 10–20 минут.

5. Оценка и отбор наилучших идей. Этап носит характер групповой дискуссии. Оценка и обсуждение проводятся в соответствии с заранее подготовленными критериями и показателями. Если ни один из предложенных вариантов не отвечает всем заданным критериям, возвращаемся к предыдущему этапу и проводим еще один «мозговой штурм».

6. Обобщение результатов «мозгового штурма». Резюмируются итоги «мозгового штурма» и итоги обсуждения его результатов.

1.2.4. Рекомендации к подготовке к панельной дискуссии

Цель: организация обсуждения проблемы в многочисленной группе (потоке).

Этапы проведения

1. Формулировка проблема дискуссии

2. Студенты делятся на группы по 6–8 человек, которые располагаются в аудитории по кругу.

3. Члены каждой группы выбирают и представителя, который будет в процессе дискуссии отстаивать их позицию.

4. В течение 15–20 мин. в группе обсуждается проблема и вырабатывается общая точка зрения.

5. Представители групп собираются в центре круга и получают возможность высказать мнение группы, отстаивая ее позиции. Остальные студенты следят за ходом обсуждения и тем, насколько точно представитель группы выражает общую позицию. Они не могут высказывать собственное мнение, а имеют возможность лишь передавать в ходе обсуждения записки, в которых излагают свои соображения.

6. Представители групп могут взять перерыв, чтобы проконсультироваться с остальными ее членами.

7. Панельное обсуждение заканчивается по истечении отведенного времени или после принятия решения.

8. После окончания дискуссии представители групп проводят критический разбор хода обсуждения, а решения принимаются уже всеми студентами.

Панельная дискуссия с применением техники «Аквариума»

Этапы проведения

1. Студенты вместе с преподавателем образуют два круга: внешний (наблюдатели) и внутренний (активные участники).
2. Члены внутреннего круга активно участвуют в обсуждении предложенного преподавателем вопроса. Остальные студенты наблюдают и выступают тогда, когда чья-либо версия их заинтересовала; они дополняют, задают вопросы, конкретизируют. При этом «наблюдатель» должен встать рядом с активным участником, который привлек его своей версией.
3. После обсуждения одной проблемы (вопроса) студенты меняются местами (те, кто стоял за пределами круга, садятся в круг). Желательно, чтобы все студенты побывали в кругу.

Панельная дискуссия с применением техники «Снежный ком»

Цель: наработка и согласование мнений всех членов группы.

В активное обсуждение включаются все студенты. Количество человек может достигать 30–35.

Для проведения дискуссии понадобится большое количество карточек (половина листа А 4) и маркеры.

Этапы проведения

1. Студентам раздается по 4–8 карточек. Каждому предлагается написать по 4–8 вариантов решения какого-либо вопроса. На каждой карточке пишется только один вариант.
2. Студенты объединяются в пары. В результате обсуждения пара отбирает наиболее согласованные предложения-карточки. Их должно быть чуть больше половины от общей суммы карточек (например, из 10 карточек оставить только 6).
3. На третьем этапе студенты объединяются в четверки и путем дискуссии в группе оставляют чуть больше половины карточек от общей суммы (например, из 12 оставить 7).
4. Представитель группы защищает наработки, демонстрируя карточки аудитории. После этого карточки, зафиксированные скотчем на доске, комментируются каждой группой, проводится классификация и систематизация предложений, выделяются сходные варианты.

Варианты

1. Если группа многочисленная, то может использоваться индивидуальная работа – работа в тройках – работа в шестерках – пленарное обсуждение наработок.
2. Представление карточек со своими наработками группы могут осуществлять по принципу дополнения: после того как представит свои предложения микрогруппа, первой выполнившая задание, все остальные сопоставляют свои карточки с выставленными на доске и убирают совпавшие предложения. Точно такую же работу участники проводят после выступления каждой последующей микрогруппы, выставляя на доску только не повторяющиеся предложения.

1.2.5. Рекомендации к подготовке деловой игре

Деловая учебная игра – моделирование профессиональной деятельности и ролевое взаимодействие по игровым правилам участвующих в ней специалистов, в определенном условном времени, в атмосфере неопределенности, при столкновении позиций, с разыгрыванием ролей и оцениванием.

Примерная схема деловой игры

1. Ознакомление с имитационной моделью объекта.

1.1. Организационно-технологическая структура производства или его подразделения, имитируемая в данной игре:

-производственные подразделения, вычлененные из реальной организационной структуры

для целей игры;

- содержание деятельности этих подразделений;
- взаимосвязь производственных подразделений.

1.2. Ролевое распределение обязанностей участников игры:

- обязанности участников, обусловленные содержанием имитируемой деятельности (что конкретно должен делать каждый в соответствии с имеющимся на производстве должностным распределением обязанностей);
- характер принятого на производстве взаимодействия: какие конкретно вопросы решаются работником самостоятельно, что требует согласования с другими подразделениями или вышестоящими инстанциями;
- принципы распределения обязанностей с учетом сформулированных требований (рекомендации преподавателя, сложившееся в группе ролевое распределение, учет прошлого опыта участника, личная инициатива, коллективное решение);
- характер формального и неформального общения в процессе игры.

1.3. Необходимый инструментарий и другой игровой материал, организация рабочего места.

1.4. Требования к конечному результату деятельности:

- индивидуальные результаты, включаемые в конечный продукт деятельности;
- конечные результаты работы коллектива;
- оформление результатов учебно-игровой деятельности.

2. Самоорганизация индивидуальной и коллективной деятельности.

2.1. Определение целей квазипрофессиональной деятельности:

- цели игрового коллектива (производственные, организационные, совершенствование способов действий и решения задач);
- индивидуальные цели и задачи, которые должны быть решены каждым участником и подразделением (профессиональные, организационные, межличностные, развитие и совершенствование качеств специалиста);
- уточнение характера результатов, которые должны быть получены отдельными участниками, подразделениями, организацией в целом (промежуточные, конечные, их уровень).

2.2. Определение требований к участникам игры:

- к должностным лицам – членам производственного коллектива, деятельность которых воспроизводится в игре (принятие ответственности, которую возлагает на них коллектив, соблюдение производственной дисциплины, установление системы деловых отношений);
- к членам игрового коллектива (быстрота включения в игровую ситуацию, компетентность, корректность поведения, доброжелательность, сознательное и свободное действие, предполагающее максимально эффективное использование своих возможностей и их совершенствование).

3. Выбор системы «оценки – санкции»:

- разработка критериев оценки действий и поступков «должностных лиц» и способов такой оценки – формализованных и неформализованных;
- подготовка «платежной матрицы» (если она предусматривается) системы поощрений и штрафов за успешные решения или нарушения правил принятия решений, регламента игры;
- рассмотрение возможности выработки оценок и санкций самим коллективом игроков в процессе игры.

1.2.6 Рекомендации к решению кейс задач.

При обсуждении кейсов основное внимание уделяется критическому анализу и последующему логическому развитию полученных результатов.

Решение считается удовлетворительным, если оно приводит к устранению серьезных проблем и, скорее всего, может быть успешно реализовано на практике.

Рекомендации по анализу кейсов

1. Прочитайте кейс, чтобы получить общее представление о ситуации и на какие вопросы вам предстоит отвечать. Вопросы рекомендуется выписать, чтобы они были перед глазами.
2. Прочитайте кейс ещё раз и внимательно изучите его содержание, выписывая факты и цифры напротив поставленных вопросов
3. Проведите поиск дополнительной информации.
4. Разработайте схему решения поставленной в кейсе проблемы, включающую альтернативные варианты. Разработайте, как минимум, два варианта действий. Обсудите их в подгруппе. По каждой из них рассмотрите возможные угрозы (риски), которые могут помешать реализации альтернативы. Если решение единогласно не принято, то окончательно его принимает модератор. Решение будет обоснованным, если оно подтверждается экспериментально или другими достоверными источниками.
5. Объясните, как принятое решение будет реализовано. Разработайте программу реализации, включающей основные мероприятия, систему контроля и маркетинговую или экономическую эффективность.

При изучении проблемы, поставленной в кейсе, можно использовать следующие методы группового обсуждения:

- мозговая атака;
- морфологический анализ;
- синектический анализ.

Правила мозговой атаки:

1. Любая возникшая идея, неважно, насколько она осуществима, должна быть выслушана.
2. Любой может высказать одну или несколько идей одновременно, чтобы не заблокировать свою фантазию.
3. Остальные члены группы должны воздерживаться от критики в адрес выступающего с идеей.
4. После того, как идеи высказали все члены группы, происходит их последовательное обсуждение и выработка общего решения.
5. Несогласный с общим решением имеет право выступить с особым мнением на этапе защиты темы.

Правила морфологического анализа:

1. Рассматриваемая проблема раскладывается на ряд системных элементов.
2. Элементы, выделенные для анализа, распределяются между участниками обсуждения.
3. Предлагаемые поэлементные решения состыковываются в единую логическую цепочку или представляются в виде матрицы решений.
4. Обсуждается в целом предлагаемое решение проблемы, а в случае необходимости выбора альтернативы или ранжирования используется метод парного сравнения.
5. Согласованное решение с учетом возможных корректировок представляется для обсуждения по окончании работы над темой занятий.

Правила синектического анализа:

1. Модератор подгруппы представляет проблему.
2. Проблема анализируется с использованием либо мозговой атаки, либо морфологического метода.
3. Делается попытка вспомнить и привлечь к рассмотрению данной темы известные аналоги и проанализировать, каким образом решались там похожие проблемы.
4. Спроецировать известные наличные решения на решение поставленной цели.
5. Окончательно сформулировать мнение подгруппы для доклада результатов по итогам работы над темой.

При работе в подгруппе (команде) каждому участнику рекомендуется придерживаться следующих правил:

- активно принимать участие в высказывании идей и обсуждении;

- терпимо относиться к мнениям других участников;
- не прерывать говорящего, давать ему возможность полностью высказаться;
- не повторяться вслух;
- не манипулировать неточными или неверными сведениями для того, чтобы приняли Вашу точку зрения;
- помнить, что все участники имеют равные права;
- не навязывать своего мнения другим;
- четко формулировать свое окончательное мнение (устно или письменно).

Представление результатов работы с кейсом

Для представления результатов рекомендуется подготовить на одной странице резюме в виде выводов (текст, графики, таблицы).

Выступление модератора должно быть в пределах 10 минут, а предварительно на доске записываются основные результаты работы.

Остальные подгруппы выступают слушателями и оппонентами докладчика, а затем оценивают доклад модератора.

Обсуждение темы заканчивается подведением итогов преподавателем.

А. Письменный отчет

Отчёт состоит из содержания кейса, анализа доступных дополнительных данных, решения, выводов и приложений (при необходимости). Все посторонние источники должны иметь ссылки.

Если проводились полевые исследования или экспертные оценки, то они должны статистически обработаны и иметь графическую иллюстрацию.

Нужно иметь в виду, что письменный отчет оценивается не только по содержанию, но и по дизайну – как оформлены таблицы, графики и пр.

Отчёт по кейсу оформляется в электронном виде и пересылается преподавателю

Б. Устная презентация результатов работы с кейсом

Устную презентацию делает или модератор подгруппы или по его поручению любой её участник. Члены подгруппы должны прийти к согласию по поводу того, какие тезисы должен сделать их докладчик. При докладе рекомендуется использовать технические средства – мультимедийный проектор с компьютером. Проверьте, хорошо ли видно содержание слайдов, не перенасыщены ли они информацией.

Начинать презентацию нужно с постановки целей, выделения проблемы, а также какие вопросы будут рассмотрены в ходе презентации.

1.2.7. Рекомендации по подготовке к практическому занятию в командах достижений

Данный метод предусматривает группу из 4–5 студентов и уделяет особое внимание «групповым целям» и успеху всей группы, который может быть достигнут только в результате самостоятельной работы каждого члена малой группы в постоянном взаимодействии с другими членами этой же группы при работе над заданием, подлежащему изучению.

Таким образом, задача каждого студента состоит не только в том, чтобы сделать что-то вместе, а в том, чтобы познать что-то вместе, чтобы каждый студент малой группы овладел необходимыми знаниями, сформировал нужные навыки и при этом, чтобы вся малая группа знала, чего достиг каждый ее участник.

Этапы проведения

1. Преподаватель дает обзорную лекцию по новому материалу с акцентом на тех моментах, по которым команды будут выполнять индивидуальные задания.
2. Далее студенты работают в командах над конспектами лекции, помогая друг другу понять ее содержание. Студенты могут задавать друг другу вопросы, проясняя непонятные для себя моменты. Вопросы преподавателю разрешается задавать только тогда, когда никто из членов команды не может ответить на них.
3. После проработки конспекта лекции учащиеся выполняют индивидуальные работы. На

данном этапе помощь друг другу исключается, каждый член команды работает самостоятельно. Главная особенность данного метода заключается в системе оценки индивидуальных работ.

Оценка осуществляется по прогрессивно-сравнительному признаку: студент может пополнить копилку команды только в том случае, если его оценка за данную работу выше средней его оценки за предыдущие работы. Команда, набравшая по итогам изучения темы наибольшее количество баллов, считается победившей.

Метод Jigsaw «Пила»

Разработан профессором Элиотом Аронсоном в 1978 году и назван Jigsaw (в дословном переводе с английского – ажурная пила, машинная ножовка).

Этапы проведения

1. Студенты организуются в группы по 4–6 человек для работы над заданием, которое разбито на фрагменты (логические или смысловые блоки). Каждый член малой группы находит материал по своей части.

2. Затем студенты, изучающие один и тот же вопрос, но состоящие в разных малых группах, встречаются и обмениваются данной информацией как эксперты по данному вопросу. Это называется «встречей экспертов».

3. Далее они возвращаются в свои малые группы и обучают всему новому, что узнали сами от других членов малых групп. Те, в свою очередь, докладывают о своей части задания (как зубцы одной пилы).

Единственный путь усвоения материала всех фрагментов состоит в том, чтобы внимательно слушать партнеров по команде и делать записи. Студенты должны быть заинтересованы в том, чтобы их товарищи добросовестно выполнили свое задание, так как это отражается на их итоговой оценке. Отчитываются по всей теме каждый в отдельности и вся команда в целом.

На заключительном этапе преподаватель может попросить любого члена команды ответить на любой вопрос по данной теме.

Метод Jigsaw 2 «Пила 2»

В 1986 году Р. Славин разработал модификацию этого метода Jigsaw 2. Метод предусматривает работу студентов группами в 4–5 человек.

Этапы проведения

1. Вместо того чтобы каждый член малой группы получал отдельную часть общей работы, вся малая группа работает над одним и тем же заданием. Но при этом каждый член группы получает задание, которое разрабатывает особенно тщательно и становится в ней экспертом.

2. Проводятся встречи экспертов из разных групп.

3. В конце занятия все студенты проходят индивидуальный контрольный срез, который и оценивается. Результаты студентов суммируются. Малая группа, сумевшая достичь наивысшей суммы баллов, награждается.

2. Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных работ
Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Студентам следует:

-руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;

-выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного

выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы;
-при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

2.1. Методические рекомендации по работе с литературой

Любая форма самостоятельной работы студента (подготовка к семинарскому занятию, написание курсовой работы, доклада и т.п.) начинается с изучения соответствующей литературы как в библиотеке, так и дома

Основная литература - это учебники и учебные пособия. Дополнительная литература - это монографии, сборники научных трудов, журнальные и газетные статьи, различные справочники, энциклопедии, интернет ресурсы.

Рекомендации студенту:

выбранную монографию или статью целесообразно внимательно просмотреть. В книгах следует ознакомиться с оглавлением и научно-справочным аппаратом, прочитать аннотацию и предисловие. Целесообразно ее пролистать, рассмотреть иллюстрации, таблицы, диаграммы, приложения. Такое поверхностное ознакомление позволит узнать, какие главы следует читать внимательно, а какие прочитать быстро;

-в книге или журнале, принадлежащие самому студенту, ключевые позиции можно выделять маркером или делать пометки на полях.

-при работе с Интернет-источником целесообразно также выделять важную информацию;
-если книга или журнал не являются собственностью студента, то целесообразно записывать номера страниц, которые привлекли внимание. Позже следует возвратиться к ним, перечитать или переписать нужную информацию. Физическое действие по записыванию помогает прочно заложить данную информацию в «банк памяти».

Выделяются следующие виды записей при работе с литературой:

Конспект - краткая схематическая запись основного содержания работы. Целью является не переписывание произведения, а выявление его логики, системы доказательств, основных выводов. Хороший конспект должен сочетать полноту изложения с краткостью.
Цитата - точное воспроизведение текста. Заключается в кавычки. Точно указывается страница источника.

Тезисы - концентрированное изложение основных положений прочитанного материала.

Аннотация - очень краткое изложение содержания прочитанной работы.

Резюме - наиболее общие выводы и положения работы, ее концептуальные итоги.

Записи в той или иной форме не только способствуют пониманию и усвоению изучаемого материала, но и помогают вырабатывать навыки ясного изложения в письменной форме тех или иных теоретических вопросов.

2.2. Методические указания по выполнению презентации

Презентации должны быть выполнены в формате PowerPoint и состоять из 15 слайдов:

-1 слайд должен содержать название учебного заведения, тему презентации, название темы, направление подготовки и профиль, ФИО, группу выполнившего презентацию обучающегося и ФИО проверяющего презентацию преподавателя;

- 2...14 слайды должны раскрывать суть заданной темы. При этом необходимо соблюдать требования по созданию презентаций (фон, размер шрифта, анимацию и т.д.);

- 15 слайд «Спасибо за внимание!».

2.3. Методические указания по подготовке к тестированию

При подготовке к контрольной работе и итоговому тестированию необходимо внимательно прочитать составленные ранее конспекты лекций, просмотреть порядок выполнения практических работ и основные полученные в ходе практических занятий выводы. Ответить на вопросы. Сверить список вопросов с имеющейся информацией.

Недостающую информацию необходимо найти в учебниках (учебных пособиях) или в других источниках информации.

Основные этапы подготовки:

- составление краткого плана подготовки;
- выделение основных положений, которые необходимо запомнить,
- повторить, выучить;
- выборочная проверка своих знаний по каждой теме (разделу);
- определение наиболее уязвимых мест в подготовке;
- проработка конспектов по ним;
- повторная выборочная проверка.

2.4. Методические рекомендации по подготовке доклада к дискуссии

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка доклада, для обсуждения его на практическом (семинарском) занятии.

Цель доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с литературой, анализа дискуссионных позиций, аргументации собственных взглядов.

Подготовка докладов также развивает творческий потенциал студентов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Требования к выступлениям студентов на семинарах

Перечень требований к любому выступлению студента примерно таков:

1. Связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
2. Раскрытие сущности проблемы.
3. Методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Обязательным требованием к выступающему, особенно в начале семинарского курса, является зачитывание плана выступления, доклада. Опыт показывает, что многие студенты, содержательно выступив по какому-либо вопросу, часто затрудняются сжато изложить основные положения своего доклада.

При планировании выступления составляется план не в начале работы, а уже после того, как выступление написано. В таких случаях выступление обычно представляет собой почти дословное воспроизведение фрагментов из учебных пособий без глубокого их осмысления.

В определенной ситуации можно осветить лишь один или два пункта доклада, что формирует гибкость мышления, способность переключать внимание, быстроту переориентировки, позволяет предотвращать повторения, выделять главное, экономить время.

Важнейшим требованием к выступлениям студентов является самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком «специализированными». Примеры из области наук, близких к будущей специальности студента, из сферы познания, обучения поощряются руководителем семинара.

Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.

Вопросы к выступающему

Вопросы к докладчику задают, прежде всего, студенты, а не преподаватель!

По своему характеру вопросы бывают уточняющими, наводящими, встречными; другая категория вопросов, например, казусных, может содержать предпосылки различных суждений, быть примером или положением, включающим кажущееся или действительное противоречие.

Уточняющие вопросы имеют своей целью заставить студента яснее высказать мысль, четко и определенно сформулировать ее, чтобы установить, оговорился ли он или имеет место неверное толкование проблемы (исправленная оговорка снимает вопрос, ошибочное мнение выносится на обсуждение участников семинара, но без подчеркивания его ошибочности).

Наводящие или направляющие вопросы имеют своей задачей ввести полемику в нужное русло, помешать нежелательным отклонениям от сути проблемы. Важно, чтобы такие вопросы приоткрывали новые сферы приложения высказанных положений, расширяли мыслительный горизонт студентов.

Встречные вопросы содержат требования дополнительной аргументации, а также формально-логического анализа выступления или его отдельных положений. Цель таких вопросов — формирование у студентов умения всесторонне и глубоко обосновывать выдвигаемые положения, способности обнаруживать логические ошибки, обусловившие неубедительность или сомнительность вывода.

Казусные вопросы предлагаются в тех случаях, когда в выступлении, докладе проблема освещена, в общем-то, верно, но слишком схематично, все кажется ясным и простым (хотя подлинная глубина проблемы не раскрыта) и в аудитории образуется «вакуум интересов». Возникает необходимость показать, что в изложенной проблеме не все так просто, как это может показаться.

Цель таких вопросов в том, чтобы сложное, противоречивое явление реальной действительности, содержащее в себе предпосылки для различных суждений, было осмыслено студентами в свете обсужденной теоретической проблемы, чтобы студент научился мыслить шире и глубже.

Вопрос может быть поставлен в чисто теоретическом плане, но могут быть упомянуты и конкретные случаи, события, по возможности близкие или хорошо известные участникам семинара, и предоставлена возможность самим комментировать их в плане теоретической проблемы, обсуждаемой на семинаре.

Вопросы, преследующие создание «ситуации затруднений», обычно представляют собой две-три противоречащих друг другу формулировки, из которых необходимо обнаружить и обосновать истинную, или же берется высказывание какого-либо автора (без указания его фамилии) для анализа. В основном характер таких вопросов совпадает с постановкой задач на самостоятельность мышления.

2.5. Методические рекомендации к подготовке проекта группой студентов

Этапы проведения

Вариант I

1. Студент определяет интересующую его тему, с которой он принимается в малую группу, где эта тема избрана.
2. Студенты планируют совместную работу по выполнению учебного задания, а также осуществляют разделение труда.
3. Студенты проводят исследование. Они собирают информацию, анализируют данные, получают заключения, обмениваются полученными данными. Внутри группы каждый ее участник исследует свою часть, собирая необходимый материал и предоставляя его группе, на основе собранных частей формируется общий доклад группы.
4. Члены группы готовят окончательный отчет.
5. Проведение презентации.

6. Студенты участвуют в оценивании проделанной работы.

Вариант II

1. Каждая малая группа студентов для изучения получает тему. Студенты малой группы должны проанализировать ее и разбить на мини-темы.
2. Каждый студент малой группы индивидуально изучает мини-тему и готовит о ней мини-доклад, который представляет своей малой группе.
3. Каждая малая группа затем синтезирует эти мини-темы в общую групповую презентацию перед всей учебной группой.

Вариант III

1. Каждая малая группа студентов проводит мини-исследование.
2. Собирает эмпирический материал.
3. Проводит статистическую обработку результатов исследования.
4. Формулирует новизну полученных результатов.
5. Оформить исследование в виде доклада.
6. Проводит «процедуру защиты» основных положений и результатов исследования перед преподавателем/ экспертами

2.6. Методические рекомендации по выполнению письменных работ в рамках самостоятельной работы

К выполнению письменных работ в рамках любого вида самостоятельной работы можно приступать только после изучения соответствующей темы (раздела, подраздела).

При выполнении письменных работ в рамках самостоятельных работ необходимо соблюдать следующие общие требования:

- при написании опорного конспекта, письменных ответов на вопросы, курсовой работы и т.п. текст не должен дословно повторять текст учебника (учебного пособия), Интернет-ресурса или инструкции;
- текст необходимо писать грамотно, разборчиво;
- графический материал оформлять в соответствии с ГОСТом.

2.6.1. Методические указания по ведению и проработке опорного конспекта

Перед написанием конспекта следует внимательно прочесть весь текст целиком.

Выделить в нем основные положения, понятия, идеи, формулы и т.п. Определить главную мысль и установить взаимосвязи в тексте.

Разбить текст на разделы и подразделы.

Конспект выполняется в лекционной тетради ручкой. Графический материал, при необходимости, выполняется карандашом при помощи чертежных инструментов.

При ведении конспекта необходимо соблюдать следующие основные требования, которые помогут в дальнейшей работе с ним:

- запись должна быть краткой;
- при записи текста необходимо пользоваться сокращениями;
- необходимо применять выделения и разграничения.

Рекомендуются следующие выделения и разграничения:

- подчеркивание и отчеркивание для выделения заголовков, подзаголовков, выводов, тем;
- отступы для обозначения абзацев и пунктов плана, которые обозначаются в виде красной строки;
- нумерация;

- рамки, в которые обычно заключают определения, формулы, правила, законы;
- цветовые выделения, которые должны быть системными.

Конспекты лекций рекомендуется систематически прорабатывать: перечитывать их, выправлять текст, делать дополнения, размечать цветом то, что должно быть глубоко и

прочно закреплено в памяти.

Рекомендуется следующий алгоритм проработки конспекта лекции:

- необходимо перечитать написанный конспект в тот же день;
- после следующей лекции прочитать конспекты предыдущей и новой, и далее по мере накопления материала прочитывать его, тем самым материал откладывается в памяти. Немаловажное значение имеет упорядочение записей лекции, которое заключается в определенной доработке конспекта – дополнении, исправлении новых терминов и т.д. Следует это делать систематически, в процессе работы над учебной литературой. Кроме этого, доработка конспектов заключается в освоении записей, схем, рисунков, сделанных в ходе лекции не всегда четко и точно. При составлении конспекта необходимо пользоваться не менее чем тремя источниками информации, включая учебники и учебные пособия, Интернет-ресурсы и т.п.

2.6.2.Методические указания к подготовке курсовой работы

Курсовая работа должна содержать:

- введение, в котором обосновывается актуальность темы, формулируются цели и задачи работы;
- основную часть, которая обычно состоит из трех глав:
 - в первой главе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы, включая характеристику объекта и или (предмета) исследования, описание методики исследования, включая инструментальные средства для сбора и обработки данных в соответствии с поставленными задачами (данная глава может быть пропущена в курсовой работе)
 - во второй главе содержится анализ результатов исследования с использованием современных математических методов, информационных (компьютерных) технологий (графиков, диаграмм и т.п.);
 - в третьей главе студент дает свои предложения и делает прогноз по рассматриваемой теме;
- заключение, в котором содержатся выводы и рекомендации относительно практического применения материалов работы;
- список используемых источников и интернет-ресурсов;
- приложения.

Общий объем курсовой работы без приложений составляет 30-35 страниц.

Требования, предъявляемые к выполнению курсовой работы.

Работа должна выполняться 14 шрифтом TimesNewRoman через 1,5 межстрочный интервал, выравнивание текста — по ширине страницы, размеры оставляемых полей: левое - 30 мм, правое - 15 мм, нижнее - 20 мм, верхнее - 20 мм. Страницы должны быть пронумерованы.

Расстояние между названием части курсовой работы или главы и последующим текстом должно быть равно трем интервалам. Фразы, начинающиеся с "красной" строки, печатаются с абзацным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Заголовки должны четко и кратко отражать содержание разделов, подразделов. Заголовки следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой. Расстояние между заголовком и текстом при выполнении документа должно быть равно 2 интервалам. Расстояние между заголовками раздела и подраздела — 2 интервала. Каждый раздел текстового документа рекомендуется начинать с нового листа (страницы). Содержание включает номера и наименования разделов и подразделов с указанием номеров страниц. Содержание включают в общее количество листов данного документа. Слово «Содержание» записывают в виде заголовка с прописной буквы. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы. Иллюстрации (графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после

текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе. Иллюстрации, за исключением иллюстрации приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например, Рисунок 1.1. Иллюстрации, при необходимости, могут иметь наименование и пояснительные данные (подрисовочный текст). Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами.

При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела. Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Наименование таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Наименование таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером. Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в тексте. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера. Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица», ее номер и наименование указывают один раз слева над первой частью таблицы, а над другими частями также слева пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф — со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Таблицы слева, справа и снизу, как правило, ограничивают линиями. Допускается применять размер шрифта в таблице меньший, чем в тексте. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается. Горизонтальные и вертикальные линии, разграничивающие строки таблицы, допускается не проводить, если их отсутствие не затрудняет пользование таблицей. Заголовки граф, как правило, записывают параллельно строкам таблицы. При необходимости допускается перпендикулярное расположение заголовков граф. Головка таблицы должна быть отделена линией от остальной части таблицы. Цифры в графах таблиц должны проставляться так, чтобы разряды чисел во всей графе были расположены один под другим, если они относятся к одному показателю. В одной графе должно быть соблюдено, как правило, одинаковое количество десятичных знаков для всех значений величин.

Нумерация страниц документа и приложений, входящих в состав этого документа, должна быть сквозная.

В тексте документа не допускается:

- применять обороты разговорной речи;
- применять произвольные словообразования;
- применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии;
- сокращать обозначения единиц физических величин, если они употребляются без цифр, за исключением единиц физических величин в головках и боковиках таблиц, и в

расшифровках буквенных обозначений, входящих в формулы и рисунки.

При цитировании необходимо соблюдать следующие правила:

-текст цитаты заключается в кавычки и приводится без изменений, без произвольного сокращения цитируемого фрагмента (пропуск слов, предложений или абзацев допускается, если не влечет искажения всего фрагмента, и обозначается многоточием, которое ставится на месте пропуска) и без искажения смысла;

-каждая цитата должна сопровождаться ссылкой на источник, библиографическое описание которого должно приводиться в соответствии с требованиями библиографических стандартов.

Оформление библиографии производится в соответствии с ГОСТ. Список использованных источников, как правило, содержит сплошную нумерацию. В начале списка использованных источников указывают Конституцию РФ, законы и подзаконные акты. Монографии, учебники, учебные пособия и статьи, опубликованные в периодической печати, размещают в очередности букв русского алфавита.

При оформлении списка литературы, обязательно указывают автора, название статьи/учебника/монографии, название периодического издания, если это статья, год издания и количество страниц.

Источники на иностранных языках помещаются в список после перечисления литературы, изданной на русском языке, в порядке очередности букв латинского алфавита.

Электронные ресурсы оформляются с указанием даты обращения к ним.