

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

Социологический факультет

Кафедра Социокультурного туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Лига М.Б.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.1.Бизнес-планирование туристского предприятия

на 144 часа(ов), 4 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 43.04.02 – Туризм

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

Магистерская программа – Организация и управление турбизнесом (для набора 2016, 2017)

Форма обучения заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

- изучение социально-экономических, организационных и финансовых аспектов перспективного и текущего планирования предприятия, основой которого является продвижение товаров и услуг от производителя к потребителю посредством обмена.

Задачи изучения дисциплины:

- ~ изучение теории, обобщение и возможность применения на практике;
- ~ исследование туристского рынка Забайкальского края;
- ~ определение возможностей компании для организации туристского бизнеса;
- ~ разработка плана маркетинга, производственного и организационного планов;
- ~ финансовое обоснование проекта для привлечения инвестиций.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 Туризм. Дисциплина «Бизнес-планирование туристского предприятия» является дисциплиной по выбору вариативной части блока 1 – Б1.В.ДВ.04.1. Изучение данной дисциплины – необходимое звено в подготовке высококвалифицированных кадров для туристской сферы. Дисциплина «Бизнес-планирование туристского предприятия» закладывает фундамент для изучения конкретных отраслей туристского сервиса. Она тесно связана с такими дисциплинами, как «Маркетинговые исследования в туристской индустрии», «Правовое обеспечение деятельности в туристской индустрии», «Туристское страноведение», «Организационное проектирование и управление проектами» и др.

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

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

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	3 семестр	
Общая трудоемкость		144
Аудиторные занятия, в т.ч.	16	16
лекционные (ЛК)	8	8
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	8	8
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	128	128
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

2. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Индекс компетенции	Содержание компетенции
ПК-2	способность к разработке стратегий развития туристской деятельности на федеральном, региональном, муниципальном (локальном) уровне и соответствующих уровням проектов
ПК-5	способность к оценке инновационно-технологических рисков в туристской индустрии
ПК-6	способность к внедрению современной системы стандартизации в туристской индустрии

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения

Результат обучения	
Знать	Пороговый: - основные теоретические разделы курса, понятийно-терминологический аппарат данной дисциплины; - методологию прогнозирования и планирования деятельности; - систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии.
	Стандартный: - основные теоретические разделы курса, понятийно-терминологический аппарат данной дисциплины Особенности и функции прогнозирования и планирования в туристской индустрии; - методологию прогнозирования и планирования деятельности. Теоретико-методологические подходы к специфике прогнозирования и планирования в туристской деятельности; - систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии. Теоретико-методологические подходы к специфике прогнозирования и планирования в туристской деятельности; - основные виды прогнозов и планов.
	Эталонный: - основные теоретические разделы курса, понятийно-терминологический аппарат данной дисциплины. Особенности и функции прогнозирования и планирования в туристской индустрии. Основы разработки стратегии маркетинга и текущего плана маркетинга на предприятии. Предмет маркетингового исследования рынка продуктов и услуг. Сущность маркетинговой среды и анализа конъюнктуры рынка. Особенности потребительского поведения и характеристику потребителей; - методологию прогнозирования и планирования деятельности. Теоретико-методологические подходы к специфике прогнозирования и планирования в туристской деятельности. Сущность ценообразования и ценовой политики туристского предприятия. Систему сбыта и формы реализации товаров и услуг. Методы продвижения продуктов и услуг. Принципы функционирования организационной системы туристской фирмы. - систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристской индустрии. Теоретико-методологические подходы к специфике прогнозирования и планирования в туристской деятельности; - основные виды прогнозов и планов. Основы управления персоналом предприятия. Основы туроперейтинга и инновационной деятельности в туризме, методику разработки товаров и услуг в туристской отрасли. Основы налоговой системы и специфику налогообложения туристского предприятия. Методику формирования финансового плана предприятия.
	Пороговый: - анализировать научные гипотезы, разработки и программы; - прогнозировать развитие туристской индустрии; - определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия.

	Результат обучения
Уметь	Стандартный: -анализировать научные гипотезы, разработки и программы. Интерпретировать полученные показатели и прогнозировать развитие туризма в регионе и стране; - прогнозировать развитие туристской индустрии; определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия. Анализировать сущность комплексного подхода к прогнозированию и планированию туристской деятельности в турфирме; - определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия. Интерпретировать полученные показатели и прогнозировать развитие туризма в регионе и стране.
	Эталонный: -анализировать научные гипотезы, разработки и программы. Интерпретировать полученные показатели и прогнозировать развитие туризма в регионе и стране. Определить стратегию развития предприятия. Разработать новые туристские продукты и услуги. Рассчитать емкость туристского рынка; -прогнозировать развитие туристской индустрии; - определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия. Анализировать сущность комплексного подхода к прогнозированию и планированию туристской деятельности в турфирме. Формировать ценовую политику и рассчитать цену на конкретные продукты и услуги. Производить расчеты инвестиционных издержек, общих затрат, производственных и коммерческих затрат; - определять перспективные направления туристской деятельности и формировать хозяйственную стратегию туристского предприятия. Интерпретировать полученные показатели и прогнозировать развитие туризма в регионе и стране. Формировать планы прибылей и убытков, денежных потоков, баланса. Рассчитывать срок окупаемости, внутреннюю норму рентабельности, индекс прибыльности и другие финансовые коэффициенты эффективности проекта.
Владеть	Пороговый: - навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристической индустрии; - современными методами составления прогнозов и планов туристской деятельности.
	Стандартный: - навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристической индустрии. Разработкой прогноз-планов предприятиями туристской индустрии; - современными методами составления прогнозов и планов туристской деятельности. Разработкой бизнес-планов предприятиями туристской индустрии.

	Результат обучения
	Эталонный: - навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристической индустрии. Разработкой прогноз-планов предприятиями туристской индустрии. Методами конкурентного и SWOT анализа деятельности турфирмы, туристской зоны, дестинации, региона; - современными методами составления прогнозов и планов туристской деятельности. Разработкой бизнес-планов предприятиями туристской индустрии. Навыками формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристской индустрии.

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
				ЛК	ПЗ(СЗ)	ЛР	
1	1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия.	12	0	0	0	12
2	2	Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка	14	1	1	0	12
3	3	Исследование конкурентной среды.	14	1	1	0	12
4	4	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	12	0	0	0	12
5	5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана.	14	1	1	0	12
6	6	Разработка туристских товаров и услуг.	14	1	1	0	12
7	7	Ценовая политика на туристском предприятии.	14	1	1	0	12
8	8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.	16	1	1	0	14
9	9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков.	16	1	1	0	14
10	10	Финансовый план. Оценка экономической эффективности. Оценка рисков.	18	1	1	0	16
Итого			144	8	8	0	128

3.2. Лекционные занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Не предусмотрены
2	2	Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка. История развития предприятия. Организационно-правовая форма. Организационная структура. Сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Техничко-экономические показатели, анализ финансовой деятельности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Сегментирование рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.
3	3	Исследование конкурентной среды. Конкурентная среда туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия.
4	4	Не предусмотрены
5	5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана. Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей. Виды целей: поисковые, описательные, экспериментальные. Выбор источников информации. Сущность первичной информации, проблематика сбора. План формирования первичной информации. Сбор данных по проблеме. Анализ и представление данных.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
6	6	Разработка туристских товаров и услуг. Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность.
7	7	Ценовая политика на туристском предприятии. Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме. Калькулирование себестоимости турпродукта с позиции туроператора и турагента.
8	8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности проведения рекламной кампании в туристской фирме. Выбор рекламной темы, образа, девиза. Виды рекламы и способы распространения рекламы. Формирование бюджета рекламной кампании. Система, временных мероприятий, стимулирующих сбыт продукции и услуг. Схема формирования имиджа предприятия.
9	9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков. Формирование плана сбыта и плана производства. Объем реализации туристских услуг. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Расчет основных фондов и амортизации оборудования. Необходимые сырье и материалы, МБП. Расчет постоянных и переменных издержек. Организационный план. Общие издержки, инвестиционные затраты. Источники финансирования. Этапы, сроки исполнения. Диаграмма GANT. Риски: финансовые, организационные, социальные, экологические. Возможности снижения рисков.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
10	10	Финансовый план. Оценка экономической эффективности. Оценка рисков. Формирование плана сбыта и плана производства. Объем реализации туристских услуг. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Расчет основных фондов и амортизации оборудования. Необходимые сырье и материалы, МБП. Расчет постоянных и переменных издержек. Организационный план. Общие издержки, инвестиционные затраты. Источники финансирования. Этапы, сроки исполнения. Диаграмма GANT. Риски: финансовые, организационные, социальные, экологические. Возможности снижения рисков.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Не предусмотрено
2	2	Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка История развития предприятия. Организационно-правовая форма. Организационная структура. Сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Техно-экономические показатели, анализ финансовой деятельности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент, маркетинг, финансы. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Сегментирование рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.
3	3	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения Процесс принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
4	4	Не предусмотрено
5	5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей. Виды целей: поисковые, описательные, экспериментальные. Выбор источников информации. Сущность первичной информации, проблематика сбора. План формирования первичной информации. Сбор данных по проблеме. Анализ и представление данных.
6	6	Разработка туристских товаров и услуг Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность.
7	7	Ценовая политика на туристском предприятии Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме. Калькулирование себестоимости турпродукта с позиции туроператора и турагента.
8	8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Сущность туроператорской и турагентской деятельности. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта. Особенности проведения рекламной кампании в туристской фирме. Выбор рекламной темы, образа, девиза. Виды рекламы и способы распространения рекламы. Формирование бюджета рекламной кампании. Система, временных мероприятий, стимулирующих сбыт продукции и услуг. Схема формирования имиджа предприятия.

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
9	9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков Формирование плана сбыта и плана производства. Объем реализации туристских услуг. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Расчет основных фондов и амортизации оборудования. Необходимые сырье и материалы, МБП. Расчет постоянных и переменных издержек. Организационный план. Общие издержки, инвестиционные затраты. Источники финансирования. Этапы, сроки исполнения. Диаграмма GANT. Риски: финансовые, организационные, социальные, экологические. Возможности снижения рисков.
10	10	Финансовый план План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение, налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды. Формирование чистой прибыли предприятия, денежных потоков, баланс. План движения денежных средств. Остаток средств на начало планового периода. Поступления от реализации, прочие поступления. Отчисления. Формирование остатка денежных средств на конец планового периода. Баланс. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д.

3.4. Лабораторные занятия

3.5. Организация самостоятельной работы

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
1	1	Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
2	2	Анализ внутренней среды предприятия. Анализ структуры рынка и расчет емкости рынка	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
3	3	Исследование конкурентной среды.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
4	4	Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
5	5	Маркетинговые исследования при разработке бизнес-плана.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
6	6	Разработка туристских товаров и услуг.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
7	7	Ценовая политика на туристском предприятии.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
8	8	Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;

Модуль	Номер раздела	Содержание материала выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы
9	9	Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;
10	10	Финансовый план. Оценка экономической эффективности. Оценка рисков.	- подготовка сообщений и докладов; - составление списка литературы к теме (вопросу); - анализ нормативных документов; - подготовка к собеседованию, коллоквиуму, конференции; - подготовка электронных презентаций;

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	лекции	интерактивные занятия с использованием мультимедиа	2
2	2	практическое	интерактивные занятия с использованием мультимедиа	2

5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

[Фонд оценочных средств](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Основная литература

6.1.1. Печатные издания

1. Бочкарева, И.В. Планирование на предприятии (организации): учеб. пособие / И.В. Бочкарева. – Чита: ЗабГУ, 2016. – 207 с.
2. Виноградова, М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учеб. пособие / М.В. Виноградова, З.И. Панина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2010. – 448 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Купцова, Е.В. Бизнес-планирование: учебник и практикум / Е.В. Купцова, А.А. Степанов. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 435 с.
2. Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум / А.А. Сергеев. – 3-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 463 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Александрова, И.А. Менеджмент организации: учеб. пособие / И.А. Александрова, М.Б. Базарова. – Чита: ЗабГУ, 2014. – 259 с.
2. Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. – СПб: Питер, 2010. – 512 с.
3. Сокол-Номоконов, Э.Н. Стратегическое планирование: учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1 / Э.Н. Сокол-Номоконов. – Чита: ЗабГУ, 2013. – 108 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Боголюбов, В.С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум / В.С. Боголюбов, С.А Быстров., С.А. Боголюбова. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 277 с.
2. Хруцкий, В.Е. Внутрифирменное бюджетирование. Семь практических шагов: практическое пособие / В.Е. Хруцкий, Р.В. Хруцкий. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 172 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Образовательные ресурсы:

<https://e.lanbook.com/> Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань».

<https://www.biblio-online.ru/> Электронно-библиотечная система «Юрайт»

<http://www.studentlibrary.ru/> Электронно-библиотечная система «Консультант студента»

<http://www.trmost.com/> Электронно-библиотечная система «Троицкий мост»

2. Научные ресурсы:

<http://diss.rsl.ru/> Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.

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

Научно-образовательные ресурсы открытого доступа

<http://www.edu.ru> Федеральный портал «Российское образование»

Справочные ресурсы

<http://window.edu.ru> Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» предоставляет свободный доступ к каталогу образовательных Интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования.

Электронные библиотеки

<http://www.nlr.ru/> Российская национальная библиотека

<https://www.prlib.ru/> Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина

<http://www.rgub.ru/> Российская государственная библиотека для молодежи

<http://libfl.ru/> Библиотека иностранной литературы

<http://www.rasl.ru/> Библиотека Российской Академии наук

<http://studentam.net/> Электронная библиотека учебников

<http://rvb.ru/> Русская виртуальная библиотека

7. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,
ауд. 14-321.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского

типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-404.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-425.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

Переносное мультимедийное оборудование: ноутбук, проектор, экран, акустическая система

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129,

ауд. 14-419.

Компьютерный класс. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации и самостоятельной работы

Комплект специализированной учебной мебели.

Доска аудиторная меловая.

ПК – 30 шт. (в т.ч. преподавательский).

Доступ к сети Интернет и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

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

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

Алгоритм подготовки доклада:

1. Определить тему и цель доклада.
2. Подобрать необходимый материал.
3. Составить план доклада.
4. Написать текст доклада (по необходимости).
5. Подготовить тезисы выступления.
6. Отрепетировать доклад в соответствии с критериями оценивания. Требования к работе:

1. 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 развёрнутое, глубокое изложение определенной темы.

Презентация (от лат. praesento – представление) – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, продукта, информации по проблеме и т.п.). Цель презентации – донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Общие правила оформления презентаций

Общие требования:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, графики и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей докладчика, но не наоборот;
2. Количество слайдов должно быть не более 20;
3. При докладе рассчитывайте, что на один слайд должно уходить в среднем 1,5 минуты;
4. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию желательно помещать в центр слайда;
5. По желанию можно раздать слушателям бумажные копии презентации.

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);
- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких материалах базируется работа);
- 3 слайд – Цели и задачи работы;
- 4 слайд – Методы, применяемые в работе;
- 5...n слайд – Основная часть;
- n+1 слайд – Заключение (выводы);
- n+2 слайд – Список основных использованных источников;
- n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (Georgia, Palatino, Times New Roman);
2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
3. Курсив, подчеркивание, жирный шрифт, прописные буквы используются для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;
4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;
5. Основной текст должен быть отформатирован по ширине, на схемах – по центру

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации;
2. Желателен одноцветный фон неярких пастельных тонов (например, светло-зеленый, светло-синий, бежевый, светло-оранжевый и светло-желтый);
3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться, белый текст на черном фоне читается плохо);
4. Оформление презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, диаграммы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку, сопровождаться названиями;
2. Изображения (в формате jpg) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;
3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;
4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Анимация:

1. Анимация используется только в случае необходимости.

Разработчик/группа разработчиков: Пучкова Юлия Леонидовна , доцент кафедры
социокультурного туризма

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 1)**