

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.06.2.Теория и методология социально-экономических исследований в туристской
индустрии

на 72 часа(ов), 2 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:

Дать студентам представление о методах социально-экономических исследований в туризме и рассмотреть их подробную классификацию.

Задачи изучения дисциплины:

Главной задачей дисциплины является формирование у магистров научного представления о методах социально-экономических исследований в туризме и навыков их применения в профессиональной деятельности.

Другими задачами являются:

- изучение основных методов социально-экономических исследований в туризме;
- знакомство с исследовательской литературой и информационными ресурсами по теме;
- изучение сущности и структуры процессов, различных аспектов их анализа, специфики и взаимосвязи социально-экономических процессов;
- рассмотрение типологий и динамики процессов, особенностей социально-экономической динамики.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина включена в первый блок основной образовательной программы. Курс является базой для освоения таких дисциплин, как «Теория и методология рекреационной географии», «Маркетинговые исследования в туристской индустрии», а продолжает на практико-ориентированном уровне развитие знаний, умений и навыков, полученных студентами в ходе освоения дисциплин, изучавшимися для получения квалификации бакалавра: «Экономика», «Менеджмент в туристской индустрии», «Маркетинг в туристской индустрии».

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	2 семестр	
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	22	22
лекционные (ЛК)	10	10
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	12	12
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	50	50
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 -12	способность ставить задачи и выбирать методы исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризма
ПК -13	готовность представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций и публичных обсуждений

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
	Пороговый: - основные источники и методологию изучения экономики и социологии туризма; - концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии

	Результат обучения
Знать	Стандартный: - основные источники и методологию изучения экономики и социологии туризма; - систему социально-экономических параметров развития туристской индустрии; - концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; - методики социально-экономических исследований туристской деятельности
	Эталонный: - основные источники и методологию изучения экономики и социологии туризма; социально-экономических параметров развития туристской индустрии; - основные направления развития теории и методов исследований в сфере туризма; - концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; - методики социально-экономических исследований туристской деятельности; - мировой опыт проведения социально-экономических исследований в туристской индустрии
Уметь	Пороговый: - осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) и применять его в конкретных ситуациях; - проводить исследования в области экономики и социологии туризма
	Стандартный: - осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) и применять его в конкретных ситуациях; - анализировать, систематизировать и обобщать результаты исследований в области экономики и социологии туризма; - проводить исследования в области экономики и социологии туризма; - анализировать потенциальные источники информации для проведения экономических расчетов в сфере туризма

	Результат обучения
	Эталонный: - осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) и применять его в конкретных ситуациях; - анализировать, систематизировать и обобщать результаты исследований в области экономики и социологии туризма; - ориентироваться в сложной системе определения целей и постановке задач, а так же в их ранжировании по степени важности и другим признакам; - проводить исследования в области экономики и социологии туризма; - анализировать потенциальные источники информации для проведения экономических расчетов в сфере туризма; - выявлять и оценивать основные проблемы в своей профессиональной области, при решении которых требуется постановка сложных задач, требующих широкого методологического инструментария, в том числе с применением количественных и качественных методов измерения, методов индукции и дедукции, и т.п.
Владеть	Пороговый: - методами системного и сравнительного анализа; - принципами и технологией планирования и организации социально-экономических исследований в туристской индустрии
	Стандартный: - методами системного и сравнительного анализа; - методологией и методикой научных исследований (статистических, социологических и экономических); - принципами и технологией планирования и организации социально-экономических исследований в туристской индустрии; - навыками получения и первичной обработки информации о туризме, анализа, систематизации и обобщения
	Эталонный: - методами системного и сравнительного анализа; - методологией и методикой научных исследований (статистических, социологических и экономических); - готовностью представлять результаты научного исследования в сфере туризма в формах отчетов, прикладных разработок, докладов, рефератов, публикаций и публичных обсуждений; - принципами и технологией планирования и организации социально-экономических исследований в туристской индустрии; - навыками получения и первичной обработки информации о туризме, анализа, систематизации и обобщения; - способностью ставить задачи и выбирать методы исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризм

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	Методологические принципы, подходы и общая характеристика методов исследования в туристской индустрии	14	2	2	-	10
2	2	Сравнительно-географические методы в туризме	14	2	2	-	10
3	3	Статистические методы в изучении социально-экономических процессов в туризме	14	2	2	-	10
4	4	Социологические, экспертные, аналитические и имитационные методы в изучении социально-экономических процессов в туризме	15	2	3	-	10
5	5	Методы социально-экономических исследований в изучении регионального развития	15	2	3	-	10
Итого			72	10	12	0	50

3.2. Лекционные занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Постановка предмета, целей и задач курса «Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии». Методология исследования и методологические принципы. Принцип детерминизма. Методологические подходы к изучению туристской индустрии. Отечественные и зарубежные исследования. Источники изучения социально-экономических процессов в сфере туризма Метод исследования как способ достижения поставленной цели. Методы познания и принятия решений. Общенаучные, специальные и частнонаучные методы. Общая характеристика методов исследования: социально-экономические; сравнительно-географические; аналитические, социологические, экспертные, статистические, методы моделирования. Функции исследования: познавательная, информационно-аналитическая, оценочная, прогностическая, идеологическая. Типы социально-экономических процессов на уровне страны (региона, города): урбанизация, инфляция, безработица, миграция и т.д. Классификация туризма и её значение при социально-экономических исследованиях в туризме. Необходимость учета географических, религиозных, национальных, технологических, психологических, физиологических и других факторов в туризме.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
2	2	Изучение пригодности географического пространства для туристского движения (привлекательность природной среды, туристская емкость). Изучение качества туристского движения как социально-экономического явления (расчет экономического эффекта туризма). Изучение туристского явления в пространстве, его классификация на основе интегральных (суммирующих) критериев. Сопоставление ландшафтов, хозяйственных, архитектурно-планировочных особенностей города. Сравнение как способ познания. Выделение признаков для сравнения. Типизация объектов. Группы, типы, классы. Данные по функциональному назначению, структуре, экономико-географическому положению. Картографический метод в туризме. Выделение эталонов. Метод эталонов как разновидность сравнительно-географического метода. Метод полевых исследований. Сбор материалов на местах – на предприятиях, в учреждениях, организациях и т.д. Метод ключей и выбор наиболее типичных объектов. Получение результатов по аналогии. Методы для исследования привлекательности ландшафта: описательный; картографический; количественный метод; метод оценки рекреационной емкости.
3	3	Статистические методы. Использование статистических методов для изучения социально-экономических процессов в туризме. Важнейшие статистические показатели в туризме. Индексный метод. Корреляционный анализ. Методы, используемые для анализа территориальной организации хозяйства. Доходы и расходы населения и их влияние на развитие туристской индустрии. Изучение уровней цен и системы индексов цен в потребительском и производственном секторах экономики. Стоимость туристских путевок. Инфляционные процессы. Территориальный анализ. Экономические индикаторы: динамика производства промышленной продукции и ее конкурентоспособность на внутреннем и мировых рынках, показатели развития денежного обращения и финансовых рынков, динамика денежных доходов населения, проблема занятости населения и ожидаемое ее изменение, состояние отечественной валюты по сравнению с валютами иностранных государств и т.д. Анализ ситуации в целом (потребительский рынок; цены предприятий-производителей и потребителей промышленной продукции, товаров и услуг; соотношение внутренних и мировых цен) Прогнозирование. Статистические методы прогнозирования.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
4	4	Методы социологии – опрос, наблюдение, анализ документальных источников, опрос экспертов, методы социального прогнозирования и моделирования. Выборочный метод в социологическом исследовании социально-экономических процессов в туризме. Количественные и качественные методы. Анкеты и электронные тесты. Личные интервью. Случайная многоступенчатая выборка. Отбор респондентов. Телефонные опросы. Фокус-группы. Коллективное интервью. Методика проведения дискуссии. Методики получения неформализованной информации. Экспертный опрос как метод. Методики экспертного опроса. Респонденты в экспертных исследованиях. Интервью с респондентом. Достоинства и недостатки экспертного метода. Очный и заочный опрос. Анкета. Размер выборки. Области применения экспертных систем. Виды аналитических методов. Морфологический метод в изучении социально-экономических процессов (выделение значимых параметров социально-экономического объекта, разработка матричной модели). Метод имитационного моделирования. Использование динамических математических моделей экономических объектов в режиме имитации в исследовании социально-экономических процессов в туризме.
5	5	Район и регион. Факторы для выделения региона. Структура региона. Хозяйственный комплекс региона. Модели региональной экономики – модели региона, модели размещения, межрегиональные модели национальной экономики. Анализ социально-экономического развития региона. Цель и задачи анализа. Анализ общего уровня развития региона. Оценка природно-ресурсного потенциала. Анализ и оценка уровня социального и экономического развития. Проблема использования трудовых ресурсов, уровня и качества жизни. Оценка экспортного потенциала, межрегиональных и внешнеэкономических связей. Оценка финансового положения. Анализ развития отраслей экономики. Программно-целевой метод и изучение социально-экономического развития региона. Целевые комплексные программы. Балансовый метод. Экономическое обоснование размещения предприятий. Нормы и нормативы в туристской индустрии. Факторы развития туризма и туристские доходы дестинаций. Концептуальные основы конкурентоспособности туристских дестинаций. Теоретические и методические основы изучения влияния туризма на экономику страны и социально-экономические макропоказатели. Изучение туристских потоков и рынков сбыта дестинаций. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции. Продвижение туристских дестинаций. Методы маркетинговых исследований в туризме.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Постановка предмета, целей и задач курса «Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии». Методология исследования и методологические принципы. Принцип детерминизма. Методологические подходы к изучению туристской индустрии. Отечественные и зарубежные исследования. Источники изучения социально-экономических процессов в сфере туризма Метод исследования как способ достижения поставленной цели. Методы познания и принятия решений. Общенаучные, специальные и частнонаучные методы. Общая характеристика методов исследования: социально-экономические; сравнительно-географические; аналитические, социологические, экспертные, статистические, методы моделирования. Функции исследования: познавательная, информационно-аналитическая, оценочная, прогностическая, идеологическая. Типы социально-экономических процессов на уровне страны (региона, города): урбанизация, инфляция, безработица, миграция и т.д. Классификация туризма и её значение при социально-экономических исследованиях в туризме. Необходимость учета географических, религиозных, национальных, технологических, психологических, физиологических и других факторов в туризме.
2	2	Изучение пригодности географического пространства для туристского движения (привлекательность природной среды, туристская емкость). Изучение качества туристского движения как социально-экономического явления (расчет экономического эффекта туризма). Изучение туристского явления в пространстве, его классификация на основе интегральных (суммирующих) критериев. Сопоставление ландшафтов, хозяйственных, архитектурно-планировочных особенностей города. Сравнение как способ познания. Выделение признаков для сравнения. Типизация объектов. Группы, типы, классы. Данные по функциональному назначению, структуре, экономико-географическому положению. Картографический метод в туризме. Выделение эталонов. Метод эталонов как разновидность сравнительно-географического метода. Метод полевых исследований. Сбор материалов на местах – на предприятиях, в учреждениях, организациях и т.д. Метод ключей и выбор наиболее типичных объектов. Получение результатов по аналогии. Методы для исследования привлекательности ландшафта: описательный; картографический; количественный метод; метод оценки рекреационной емкости.

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
3	3	Статистические методы. Использование статистических методов для изучения социально-экономических процессов в туризме. Важнейшие статистические показатели в туризме. Индексный метод. Корреляционный анализ. Методы, используемые для анализа территориальной организации хозяйства. Доходы и расходы населения и их влияние на развитие туристской индустрии. Изучение уровней цен и системы индексов цен в потребительском и производственном секторах экономики. Стоимость туристских путевок. Инфляционные процессы. Территориальный анализ. Экономические индикаторы: динамика производства промышленной продукции и ее конкурентоспособность на внутреннем и мировых рынках, показатели развития денежного обращения и финансовых рынков, динамика денежных доходов населения, проблема занятости населения и ожидаемое ее изменение, состояние отечественной валюты по сравнению с валютами иностранных государств и т.д. Анализ ситуации в целом (потребительский рынок; цены предприятий-производителей и потребителей промышленной продукции, товаров и услуг; соотношение внутренних и мировых цен) Прогнозирование. Статистические методы прогнозирования.
4	4	Методы социологии – опрос, наблюдение, анализ документальных источников, опрос экспертов, методы социального прогнозирования и моделирования. Выборочный метод в социологическом исследовании социально-экономических процессов в туризме. Количественные и качественные методы. Анкеты и электронные тесты. Личные интервью. Случайная многоступенчатая выборка. Отбор респондентов. Телефонные опросы. Фокус-группы. Коллективное интервью. Методика проведения дискуссии. Методики получения неформализованной информации. Экспертный опрос как метод. Методики экспертного опроса. Респонденты в экспертных исследованиях. Интервью с респондентом. Достоинства и недостатки экспертного метода. Очный и заочный опрос. Анкета. Размер выборки. Области применения экспертных систем. Виды аналитических методов. Морфологический метод в изучении социально-экономических процессов (выделение значимых параметров социально-экономического объекта, разработка матричной модели). Метод имитационного моделирования. Использование динамических математических моделей экономических объектов в режиме имитации в исследовании социально-экономических процессов в туризме.

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
5	5	Район и регион. Факторы для выделения региона. Структура региона. Хозяйственный комплекс региона. Модели региональной экономики – модели региона, модели размещения, межрегиональные модели национальной экономики. Анализ социально-экономического развития региона. Цель и задачи анализа. Анализ общего уровня развития региона. Оценка природно-ресурсного потенциала. Анализ и оценка уровня социального и экономического развития. Проблема использования трудовых ресурсов, уровня и качества жизни. Оценка экспортного потенциала, межрегиональных и внешнеэкономических связей. Оценка финансового положения. Анализ развития отраслей экономики. Программно-целевой метод и изучение социально-экономического развития региона. Целевые комплексные программы. Балансовый метод. Экономическое обоснование размещения предприятий. Нормы и нормативы в туристской индустрии. Факторы развития туризма и туристские доходы дестинаций. Концептуальные основы конкурентоспособности туристских дестинаций. Теоретические и методические основы изучения влияния туризма на экономику страны и социально-экономические макропоказатели. Изучение туристских потоков и рынков сбыта дестинаций. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции. Продвижение туристских дестинаций. Методы маркетинговых исследований в туризме.

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	Методологические принципы, подходы и общая характеристика методов исследования в туристской индустрии.	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к тестированию; написание и защита реферата
2	2	Сравнительно-географические методы в туризме	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; написание и защита реферата
3	3	Статистические методы в изучении социально-экономических процессов в туризме. - составление списка литературы к теме; составление конспекта; подготовка сообщений и докладов; анализ нормативных документов; подготовка электронных презентаций; работа с электронными образовательными ресурсами; написание и защита реферата	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; написание и защита реферата; выполнение практического задания
4	4	Социологические, экспертные, аналитические и имитационные методы в изучении социально-экономических процессов в туризме.	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; написание и защита реферата; выполнение практического задания
5	5	Методы социально-экономических исследований в изучении регионального развития	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; написание и защита реферата; выполнение практического задания

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	лекция	интерактивные лекции с использованием мультимедиа	2
2	2	лекция	интерактивные лекции с использованием мультимедиа	2
3	3	лекция	интерактивные лекции с использованием мультимедиа	2
4	4	лекция	интерактивные лекции с использованием мультимедиа	2
5	5	лекция	интерактивные лекции 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. Барчуков, И.С. Методы научных исследований в туризме: учебник / И.С. Барчуков. – М.: Академия, 2008. – 224 с.
2. Казаченко, Л.Д. Факторы развития социально-экономической системы региона (теоретико-методологические аспекты): моногр. / Л.Д. Казаченко. – Чита: РНиУМЛ ЗабГУ, 2013. – 243 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

- 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. Кузьбожев, Э.Н. Экономическая география и регионалистика: учебник / Э.Н. Кузьбожев, И.А. Козьева, М.Г. Клевцова. – 3-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 537 с.

6.2. Дополнительная литература

6.2.1. Печатные издания

1. Лавриненко, В.Н. Исследование социально-экономических и политических процессов: учеб. пособие / В.Н. Лавриненко, Л.М. Путилова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 205 с.
2. Тавокин, Е.П. Исследование социально-экономических и политических процессов:

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Алексеева, М.Б. Теория систем и системный анализ: учебник и практикум / М.Б. Алексеева, П.П. Ветренко. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 304 с.
2. Вертакова, Ю.В. Исследование социально-экономических и политических процессов: учеб. пособие / Ю.В. Вертакова, О.В. Согачева. – М.: Кнорус, 2009. – 336 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. БД РГБ «Электронная библиотека диссертаций».
2. БД Научная электронная библиотека (www.elibrary.ru)
3. «Наука Онлайн» и др. от Онлайн службы ИстВью (ebiblioteka.ru)
4. ЭБС BOOK.ru (www.book.ru)
5. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" (www.biblioclub.ru)
6. Электронно-библиотечная система "Лань" (<http://www.lanbook.com>)

7. Перечень программного обеспечения

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

Программное обеспечение специального назначения:

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

672000, г. Чита, ул. Бабушкина, 129, ауд. 14-312.

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 развернутое, 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.

Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственный взгляды на нее.

Требования к оформлению реферата

Общий объём работы – 15-30 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы) на бумаге формата А4, на одной стороне листа. Титульный лист оформляется по указанному образцу.

В тексте должны композиционно выделяться структурные части работы, отражающие суть исследования: введение, основная часть и заключение, а также заголовки и подзаголовки.

Реферат должен содержать:

титульный лист,

оглавление,

введение,

основную часть (разделы, части),

выводы (заключительная часть),

приложения,

пронумерованный список использованной литературы (не менее 15-ти источников) с указанием автора, названия, места издания, издательства, года издания.

В начале реферата должно быть оглавление, в котором указываются номера страниц по отдельным главам.

Во введении следует отразить место рассматриваемого вопроса в естественнонаучной проблематике, его теоретическое и прикладное значение. (Обосновать выбор данной темы, коротко рассказать о том, почему именно она заинтересовала автора).

Основная часть должна излагаться в соответствии с планом, четко и последовательно, желательно своими словами. В тексте должны быть ссылки на использованную литературу. При дословном воспроизведении материала каждая цитата должна иметь ссылку на соответствующую позицию в списке использованной литературы с указанием номеров страниц, например [12, с. 56] или «В работе [11] рассмотрены....» Каждая глава текста должна начинаться с нового листа, независимо от того, где окончилась предыдущая.

I глава. Вступительная часть. Это короткая глава должна содержать несколько вступительных абзацев, непосредственно вводящих в тему реферата.

II глава. Основная научная часть реферата. Здесь в логической последовательности излагается материал по теме реферата. Эту главу целесообразно разбить на подпункты - 2.1., 2.2. (с указанием в оглавлении соответствующих страниц).

В тексте на иллюстрации делаются ссылки, содержащие порядковые номера, под которыми иллюстрации помещены в реферате. Ссылки в тексте на номер рисунка, таблицы, страницы, главы пишут сокращенно и без значка, например: рис. 3, табл. 4, с. 34, гл. 2. Если указанные слова не сопровождаются порядковым номером, то их следует писать в тексте полностью, без сокращений, например «из рисунка видно, что...», «таблица показывает, что...» и т.д. Фотографии, рисунки, карты, схемы можно оформить в виде приложения к работе.

Все иллюстрации в реферате размещаются сразу после ссылки на нее в тексте, называются рисунками и обозначаются словом «Рис.». Каждый рисунок должен сопровождаться кратким названием. Название рисунка и его номер располагают под рисунком. После номера рисунка ставится точка. После пробела с заглавной буквы приводят его наименование, в конце которого точка не ставится.

Подписуночная подпись набирается шрифтом того же начертания, что и текст, но на

размер мельче, строго на формат иллюстрации, и ставится под ней. Слово Рис. и номер для большей различимости, т.к. они служат поисковыми знаками, также выделяют шрифтом, чаще курсивом. Последняя строка в подрисуночной подписи располагается по центру. В конце подписи никаких знаков препинания ставить не принято. Подрисуночная подпись не должна быть сгруппирована с самим рисунком.

Таблицы как вспомогательный материал набираются шрифтом на 2 размера мельче основного текста.

Над таблицей размещаются нумерационный и тематический заголовки. Слово Таблица... набирается курсивом на 2 размера мельче основного шрифта, и выравнивается по правому краю таблицы. Тематический заголовок таблицы набирается полужирным строчным шрифтом той же гарнитуры, что и основной текст, но на 2 размера меньше, и располагается, как правило, посередине. Таблицы должны быть закрыты тонкими (светлыми) линейками со всех сторон.

Над продолжением таблицы нумерационный заголовок оформляется в виде слов «Продолжение табл...» с последующим номером и выравнивается вправо (например, "Продолжение табл. 3»).

Над окончанием таблицы нумерационный заголовок оформляется в виде слов «Окончание табл.» (например, «Окончание табл. 3»).

Выводы (заключительная часть) должны содержать краткое обобщение рассмотренного материала, выделение наиболее достоверных и обоснованных положений и утверждений, а также наиболее проблемных, разработанных на уровне гипотез, важность рассмотренной проблемы с точки зрения практического приложения, мировоззрения, этики и т.п. В этой части автор подводит итог работы, делает краткий анализ и формулирует выводы.

В конце работы прилагается список использованных источников. Литературные источники следует располагать в алфавитном порядке, за исключением нормативных источников, которые располагаются вначале списка по важности. Источники оформляются согласно ГОСТ 7.1-2003.

ФОРМАТ: Размер шрифта – «Times New Roman», 14 пт, для таблиц – 12 пт. Межстрочный интервал – 1,5. Поля: слева – 30 мм, справа – 10 мм, сверху и снизу – 20 мм, абзацный отступ – 1,25 см. Нумерация страниц – справа внизу страницы.

Страницы должны быть пронумерованы сквозным порядком, не включая приложение. Нумерация ставится с ВВЕДЕНИЯ, которое нумеруется «3». Первой страницей, имеющей номер (номер 3) является «Введение». Текст выравнивается по обеим сторонам листа.

Наименования структурных элементов прописными буквами, по центру, без точки (СОДЕРЖАНИЕ, ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ, СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ).

Заголовки (названия глав и параграфов) следует печатать с прописной буквы без точки в конце, не подчеркивая. Переносы в заголовках не допускаются. Расстояние между заголовком и текстом – 3 интервала, расстояние между заголовками раздела и подраздела – 2 интервала. Заголовки разделов печатаются шрифтом Times New Roman 14 пт, междустрочный интервал – одинарный. Заголовки подразделов и пунктов – 14 пт. Начертание текста заголовка делается с использованием стиля «жирный».

Содержание включают в общее количество листов документа. Наименования, включенные в содержание, записывают строчными буквами, начиная с прописной буквы. Слово «Содержание» также должно быть напечатано шрифтом Times New Roman 14 пт, без абзацного отступа, выравнивание – по центру, точка в конце не ставится, междустрочный интервал – одинарный. Номера страниц должны быть выровнены по правой границе поля. Заполнитель между названием наименования, включенного в содержание, и номером страницы – точка.

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