

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.07.1.Стратегическое управление туристской индустрии

на 180 часа(ов), 5 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:

формирование у студентов знаний по основам управления, а также навыков и умений в применении данных знаний в конкретных условиях обеспечения информационной безопасности объекта

Задачи изучения дисциплины:

вооружить студентов теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для:

- анализа эффективности управленческой деятельности на основе накопленного мирового опыта в области теории и практики управления;
- планирования и организации управленческой деятельности в области информационной безопасности;
- динамического и гибкого управления информационной безопасностью объекта в условиях непрерывных изменений в обществе и в экономической сфере;
- проектирования системы управления информационной безопасностью.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Стратегическое управление туристской индустрией» относится к вариативной части первого блока. Для изучения дисциплины «Стратегическое управление туристской индустрией» студентам необходимы знания, умения и компетенции, полученные в ходе изучения таких дисциплин бакалавриата, как: «Технологии продаж и продвижения турпродукта», «Туристская отрасль» и другие.

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

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы), 180 часов.

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	1 семестр	
Общая трудоемкость		180
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)	158	158
Форма промежуточной аттестации в семестре	Дифференцированный 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-8	способность формулировать концепцию туристского предприятия, разрабатывать эффективную стратегию и формировать активную политику оценки рисков предприятия туристской индустрии

Планируемые результаты обучения по дисциплине для последовательного достижения уровней сформированности компетенций

Результат обучения	
	Пороговый: - концептуальные основы и технологии рационального использования туристско-рекреационного потенциала территории; - методологические подходы к формированию устойчивого развития туристско-рекреационных территорий

	Результат обучения
Знать	Стандартный: - концептуальные основы и технологии рационального использования туристско-рекреационного потенциала территории; - методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности, систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристско-рекреационной инфраструктуры; - методологические подходы к формированию устойчивого развития туристско-рекреационных территорий; - процесс стратегического управления в туризме
	Эталонный: - концептуальные основы и технологии рационального использования туристско-рекреационного потенциала территории; - методологию прогнозирования и планирования туристской деятельности, систему планов, их содержание и взаимосвязь с развитием туристско-рекреационной инфраструктуры; - стратегический анализ внутренней и внешней среды; - методологические подходы к формированию устойчивого развития туристско-рекреационных территорий; - процесс стратегического управления в туризме; - основы конкуренции и конкурентные стратегии в стратегическом менеджменте
Уметь	Пороговый: - использовать углубленные современные теоретические и практические знания в области стратегического управления туристской индустрией; - применять полученные знания с целью успешного овладения дисциплиной
	Стандартный: - использовать углубленные современные теоретические и практические знания в области стратегического управления туристской индустрией; - самостоятельно с помощью новейших информационных технологий приобретать и эффективно использовать в практической деятельности новую информацию, знания и умения, в том числе в сфере стратегического управления туристской индустрией, расширять и углублять свой интеллектуальный потенциал; - применять полученные знания с целью успешного овладения дисциплиной; - прогнозировать перспективные инновационные процессы в сфере стратегического управления туристской индустрией

	Результат обучения
	Эталонный: - использовать углубленные современные теоретические и практические знания в области стратегического управления туристской индустрией; - самостоятельно с помощью новейших информационных технологий приобретать и эффективно использовать в практической деятельности новую информацию, знания и умения, в том числе в сфере стратегического управления туристской индустрией, расширять и углублять свой интеллектуальный потенциал; - использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах с целью прогнозирования стратегии управления туристской индустрией; - применять полученные знания с целью успешного овладения дисциплиной; - прогнозировать перспективные инновационные процессы в сфере стратегического управления туристской индустрией; - разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления стратегии управления туристской индустрией, составлять необходимую нормативно-техническую документацию и оценивать их эффективность
Владеть	Пороговый: - способностью выявлять и оценивать основные проблемы управления туристской индустрией, 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.; - навыками этапной разработки и внедрения новых направлений стратегического управления туристской индустрией
	Стандартный: - способностью выявлять и оценивать основные проблемы управления туристской индустрией, 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.; - готовностью использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере стратегического управления туристской индустрией; - навыками этапной разработки и внедрения новых направлений стратегического управления туристской индустрией; - навыками прогнозирования перспективных инновационных процессов в сфере стратегического управления туристской индустрией

	Результат обучения
	Эталонный: - способностью выявлять и оценивать основные проблемы управления туристской индустрией, 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.; - готовностью использовать современные достижения науки и передовой технологии в научно-исследовательских работах в сфере стратегического управления туристской индустрией; - способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в сфере стратегического управления туристской индустрией

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	Содержание стратегического управления и предпосылки его возникновения	18	1	1	-	16
2	2	Процесс стратегического управления в туризме	18	1	1	-	16
3	3	Внутренняя и внешняя среда туристской организации	18	1	1	-	16
4	4	Стратегический анализ внутренней и внешней среды	19	1	2	-	16
5	5	Специфические инструменты стратегического анализа	18	1	1	-	16
6	6	Конкуренция и конкурентные стратегии в стратегическом менеджменте	18	1	1	-	16
7	7	Стратегические альтернативы и разработка стратегии	18	1	1	-	16
8	8	Реализация стратегий и стратегический контроль	18	1	1	-	16
9	9	Управление стратегическими изменениями	19	1	2	-	16
10	10	Прикладные аспекты стратегического управления в туризме	16	1	1	-	14
Итого			180	10	12	0	158

3.2. Лекционные занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
1	1	Предпосылки возникновения стратегического управления. Финансовое планирование. Перспективное планирование. Стратегическое планирование. Школы стратегического менеджмента по Г. Минцбергу. Роль и место стратегического менеджмента в экономической науке и хозяйственной практике. Основные категории стратегического менеджмента: миссия, видение, стратегические цели, стратегия. Стратегический выбор. Понятие стратегического управления: основные подходы к определению. Глобальные тенденции развития стратегического управления. Особенности формирования стратегического менеджмента в Российской Федерации. Современные проблемы развития науки стратегического управления (особенности и ограничения стратегического менеджмента). Особенности и специфика стратегического менеджмента в туризме.
2	2	Структура и уровни процесса стратегического управления, их взаимосвязь. Стратегическое управление развитием территории. Формирование миссии и видения. Определение ключевых сфер деятельности (стратегических зон хозяйствования – СЗХ). Сущность и критерии стратегических целей. Иерархия целей. Целеполагание и критерии выбора стратегических целей. Стратегический анализ целей. Особенности реализации стратегических целей.
3	3	Понятие и структура внутренней среды: основные подходы к определению. Понятие внешней среды организации. Взаимосвязь неопределенности внешней среды с ее сложностью и динамичностью. Понятие и элементы внешней среды прямого воздействия (микроокружения). Понятие и элементы внешней среды косвенного воздействия (макроокружения). Специфика внутренней и внешней среды туристской организации.
4	4	Содержание, задачи и объекты стратегического анализа. Анализ внешней среды и внутренней среды. Стратегический анализ внешнего окружения: методология PEST-анализа, SNW-анализа, SWOT-анализа. Современные тенденции развития стратегического анализа и методов его проведения. Требования к организации стратегического анализа, интерпретация его результатов.
5	5	Обзор специфических инструментов стратегического анализа. Портфельные методы стратегического анализа: концепция Бостон Консалтинг Групп (BCG), модель отраслевого анализа GE/McKinsey. Концепция PIMS. «Цепочка ценности» М. Портера. ABC-анализ: объекты, задачи и методика проведения.

Модуль	Номер раздела	Содержание лекционных занятий
6	6	Сущность и содержание понятия конкуренции. Конкуренция и конкурентоспособность. Отрасль и бизнес организации. Конкурентная среда в отрасли. Специфика конкурентной среды туристской отрасли. Модель «Пяти конкурентных сил» М. Портера. Конкурентные преимущества. Пути формирования конкурентных преимуществ туристской организации и туристских продуктов. Основные конкурентные стратегии и особенности их реализации по М. Портеру: стратегия лидерства по издержкам, дифференцирования, фокусирования. Основные задачи конкурентного анализа в туристской отрасли.
7	7	Классификация стратегий предприятия. Корпоративные стратегии, стратегии бизнеса, функциональные стратегии, оперативные (линейный) стратегии. Эталонные стратегии развития. Портфельные стратегии. Роль и значение стратегии предприятия в системе стратегического управления. Оценка стратегических альтернатив. Основные требования к формализации стратегии. Стратегический выбор и разработка стратегии туристской организации.
8	8	Планирование стратегии. Бизнес-план как инструмент обоснования и проведения стратегии предприятия. Система оценки стратегии: мотивация руководителей, информация, критерии, принципы, методы. Сущность системы сбалансированных показателей. Ключевые факторы успеха, ключевые индикаторы (показатели) деятельности. Построение внутрифирменных коммуникаций и документооборота стратегической информации.
9	9	Организационное сопротивление изменениям: причины и пути преодоления. Разработка организационной стратегии туристской организации. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию. Оптимизация процесса создания и реализации стратегии.
10	10	Маркетинговая стратегия территории (туристского продукта). Особенности разработки бюджета стратегического маркетинга территории (туристского продукта). Стратегии продвижения туристского продукта. Стратегические преимущества и недостатки организационных структур. Органы стратегического управления, их функции, полномочия и особенности построения. Проектирование системы стратегического управления в туризме. Современные тенденции и проблемы проектирования системы стратегического менеджмента в туризме. Информационное сопровождение стратегического менеджмента в туризме.

3.3. Практические (семинарские) занятия

Заочная форма

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
1	1	Предпосылки возникновения стратегического управления. Финансовое планирование. Перспективное планирование. Стратегическое планирование. Школы стратегического менеджмента по Г. Минцбергу. Роль и место стратегического менеджмента в экономической науке и хозяйственной практике. Основные категории стратегического менеджмента: миссия, видение, стратегические цели, стратегия. Стратегический выбор. Понятие стратегического управления: основные подходы к определению. Глобальные тенденции развития стратегического управления. Особенности формирования стратегического менеджмента в Российской Федерации. Современные проблемы развития науки стратегического управления (особенности и ограничения стратегического менеджмента). Особенности и специфика стратегического менеджмента в туризме.
2	2	Структура и уровни процесса стратегического управления, их взаимосвязь. Стратегическое управление развитием территории. Формирование миссии и видения. Определение ключевых сфер деятельности (стратегических зон хозяйствования – СЗХ). Сущность и критерии стратегических целей. Иерархия целей. Целеполагание и критерии выбора стратегических целей. Стратегический анализ целей. Особенности реализации стратегических целей.
3	3	Понятие и структура внутренней среды: основные подходы к определению. Понятие внешней среды организации. Взаимосвязь неопределенности внешней среды с ее сложностью и динамичностью. Понятие и элементы внешней среды прямого воздействия (микроокружения). Понятие и элементы внешней среды косвенного воздействия (макроокружения). Специфика внутренней и внешней среды туристской организации.
4	4	Содержание, задачи и объекты стратегического анализа. Анализ внешней среды и внутренней среды. Стратегический анализ внешнего окружения: методология PEST-анализа, SNW-анализа, SWOT-анализа. Современные тенденции развития стратегического анализа и методов его проведения. Требования к организации стратегического анализа, интерпретация его результатов.
5	5	Обзор специфических инструментов стратегического анализа. Портфельные методы стратегического анализа: концепция Бостон Консалтинг Групп (BCG), модель отраслевого анализа GE/McKinsey. Концепция PIMS. «Цепочка ценности» М. Портера. ABC-анализ: объекты, задачи и методика проведения.

Модуль	Номер раздела	Содержание практических(семинарских) занятий
6	6	Сущность и содержание понятия конкуренции. Конкуренция и конкурентоспособность. Отрасль и бизнес организации. Конкурентная среда в отрасли. Специфика конкурентной среды туристской отрасли. Модель «Пяти конкурентных сил» М. Портера. Конкурентные преимущества. Пути формирования конкурентных преимуществ туристской организации и туристских продуктов. Основные конкурентные стратегии и особенности их реализации по М. Портеру: стратегия лидерства по издержкам, дифференцирования, фокусирования. Основные задачи конкурентного анализа в туристской отрасли.
7	7	Классификация стратегий предприятия. Корпоративные стратегии, стратегии бизнеса, функциональные стратегии, оперативные (линейный) стратегии. Эталонные стратегии развития. Портфельные стратегии. Роль и значение стратегии предприятия в системе стратегического управления. Оценка стратегических альтернатив. Основные требования к формализации стратегии. Стратегический выбор и разработка стратегии туристской организации.
8	8	Планирование стратегии. Бизнес-план как инструмент обоснования и проведения стратегии предприятия. Система оценки стратегии: мотивация руководителей, информация, критерии, принципы, методы. Сущность системы сбалансированных показателей. Ключевые факторы успеха, ключевые индикаторы (показатели) деятельности. Построение внутрифирменных коммуникаций и документооборота стратегической информации.
9	9	Организационное сопротивление изменениям: причины и пути преодоления. Разработка организационной стратегии туристской организации. Создание корпоративной культуры, поддерживающей стратегию. Оптимизация процесса создания и реализации стратегии.
10	10	Маркетинговая стратегия территории (туристского продукта). Особенности разработки бюджета стратегического маркетинга территории (туристского продукта). Стратегии продвижения туристского продукта. Стратегические преимущества и недостатки организационных структур. Органы стратегического управления, их функции, полномочия и особенности построения. Проектирование системы стратегического управления в туризме. Современные тенденции и проблемы проектирования системы стратегического менеджмента в туризме. Информационное сопровождение стратегического менеджмента 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	Содержание стратегического управления и предпосылки его возникновения	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций
2	2	Процесс стратегического управления в туризме	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций
3	3	Внутренняя и внешняя среда туристской организации	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к тестированию
4	4	Стратегический анализ внутренней и внешней среды	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций
5	5	Специфические инструменты стратегического анализа	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к тестированию
6	6	Конкуренция и конкурентные стратегии в стратегическом менеджменте	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций
7	7	Стратегические альтернативы и разработка стратегии	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций
8	8	Реализация стратегий и стратегический контроль	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к тестированию
9	9	Управление стратегическими изменениями	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к тестированию
10	10	Прикладные аспекты стратегического управления в туризме	подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций

4. Интерактивные формы образовательных технологий

Модуль	Номер раздела	Вид учебных занятий	Образовательные технологии	Количество часов
1	1	практическое	интерактивные занятия с использованием мультимедиа	2
3	3	практическое	интерактивные занятия с использованием мультимедиа	2
6	6	практическое	интерактивные занятия с использованием мультимедиа	2
9	9	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. Варьянов, А.И. Теория и практика стратегического управления: учеб. пособие / А.И. Варьянов. – Чита: ЗабГУ, 2017. – 169 с.

6.1.2. Издания из ЭБС

1. Голубков, Е.П. Стратегический менеджмент: учебник и практикум / Е.П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 290 с.
2. Отварухина, Н.С. Стратегический менеджмент: учебник и практикум / Н.С. Отварухина, В.Р. Веснин. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 336 с.
3. Сидоров, М.Н. Стратегический менеджмент: учебник / М.Н. Сидоров. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 145 с.
4. Скобкин, С.С. Стратегический менеджмент в индустрии гостеприимства и туризма: Учебник / С.С. Скобкин. – 2-е изд. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 442 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. Латышева, М.А. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / М.А. Латышева. – Чита: ЗабГУ, 2013. – 106 с.

6.2.2. Издания из ЭБС

1. Молчанова, О.П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: учебник / О.П. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 261 с.
2. Попов, С.А. Стратегический менеджмент: учебник / С.А. Попов. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 463 с.
3. Розанова, Н.М. Конкурентные стратегии современной фирмы: учебник и практикум / Н.М. Розанова. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 343 с.

6.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. <http://www.aup.ru> Административно-Управленческий Портал - Публикации по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу.
2. <http://www.ptpu.ru> Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления». Публикации, статьи и методические материалы по менеджменту.
3. <http://www.emd.ru> Сайт компании «Евроменеджмент». Обзоры зарубежного и российского опыта управления современными компаниями.
4. <http://www.e-xecutive.ru> – российский сайт компании WardHowell - одного из крупнейших headhunter'ов. Содержит новости бизнеса, очень интересные подборки свежих материалов по широкому кругу вопросов менеджмента. Позиционируется как «Сообщество менеджеров и профессионалов».
5. <http://www.management-magazine.ru> Портал электронного журнала «Менеджмент». На сайте представлены переводные лицензионные статьи о мировом опыте управления. Основной акцент представленного материала – это системы CRM, актуальность их использования и опыт внедрения.
6. <http://www.zhuk.net> Сайт журнал «Управление компанией» - ежемесячный журнал, в котором рассматриваются практические аспекты развития компаний и методы повышения их стоимости. Издание о лучшем бизнес-опыте и новациях в практике управления.
7. <http://www.management.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент»
8. <http://www.sf-online.ru> Журнал «Секрет фирмы» – деловой журнал о том, как эффективно и с наименьшими потерями управлять компанией, ситуацией, конкурентами, рынком и бизнесом.

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. 14-312.

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. 14-321.

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. 14-409.

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 определённому вопросу.

Алгоритм подготовки доклада:

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

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

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

3. Соблюдение регламента выступления. На выходе мы имеем составленный устный текст, представляющий собой публичное 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: Лиханова Виктория Валерьевна, доцент

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 01.09.2017 г. № 01)**