

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Сахалинский государственный университет»

Кафедра иностранного языка и страноведения

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы

Репина М.А.

(подпись, расшифровка подписи)

«10» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.04.02 «Туристский рынок АТР»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

(код и наименование направления подготовки)

География и туризм

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная

РПД адаптирована для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Южно-Сахалинск 2024

Рабочая программа дисциплины _ Туристский рынок АТР ___ составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
код и наименование направления подготовки

Программу составил(а):

_____ Ким Ок Сен, доцент, к.геогр.н.

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

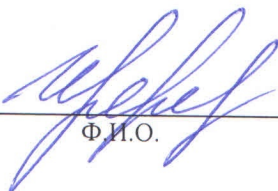
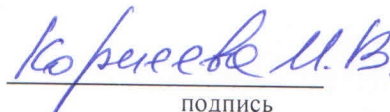


_____ подпись

Рабочая программа дисциплины _ Туристский рынок АТР ___ утверждена на заседании кафедры иностранного языка и страноведения

протокол № 8 « 16 » мая 202 4 г.

Заведующий кафедрой


Ф.И.О.
подпись

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – Цель освоения дисциплины «Туристский рынок_Азиатско-Тихоокеанского региона» - представить комплексную характеристику туристской деятельности в Азиатско-Тихоокеанском регионе, рассмотреть специфику туристской деятельности в регионе, рассмотреть специфику формирования туристского рынка в отдельных странах региона.

Задачи дисциплины

- систематизировать полученные знания по туристскому рынку;
- освоить методы изучения и нахождения информации по региональному рынку стран мира;
- ознакомить с особенностями развития регионального и общемирового рынка туризма;
- оценить потенциальный спрос и особенности организации туризма с учетом специфики регионального рынка территории.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона» относится к дисциплинам по выбору в базовом блоке Б1.В.ДВ.04.02 в учебном плане подготовки бакалавров по направлению 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки), изучается в 7 семестре.

Дисциплина «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона» ориентирована на студентов, уже знакомых с основами географии, видов и тенденций развития туризма, краеведения (знания этих дисциплин необходимы для хорошего усвоения курса).

Дисциплина «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона» является самостоятельным модулем, формирующей профессиональные знания, необходимые для осуществления практической деятельности по специальности и обеспечивает последующее изучение дисциплин, таких как «Туристско-рекреационное проектирование», «Технология разработки туристских маршрутов», «Экономика индустрии туризма» и др.

3 Формируемые компетенции и индикаторы их достижения по дисциплине (модулю)

Коды компетенции	Содержание компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПКС-16	ПКС-16 Способен находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в области туристской-рекреационной деятельности	ПКС-16.1 Знает особенности анализа и обработки научной информации в области туристской-рекреационной деятельности; особенности развития и географии туризма в АТР. ПКС-16.2 Умеет определять и оценивать факторы, влияющие на размещение туристских центров стран АТР; находить, анализировать и обрабатывать научную

		<p>информацию в области туристской-рекреационной деятельности.</p> <p>ПКС-16.3 Владеет прикладными методами исследовательской деятельности в туристско-рекреационной сфере; находить, анализировать и обрабатывать научную информацию в области туристской-рекреационной деятельности; навыками организации туристской деятельности в странах АТР.</p>
--	--	---

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (из расчета 1 ЗЕТ=36 часов), 72 часа, изучается в течение одного семестра по очной форме обучения. Обучение предусматривает проведение практических занятий, интерактивов и самостоятельную работу студентов.

7 семестр: практических занятий – 36 часов, самостоятельные работы – 32 часа. Вид промежуточной аттестации – зачет.

Вид работы	Трудоемкость, акад. часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоемкость	72	72
Контактная работа:		
Лекции (Лек)	18	18
Практические занятия (ПР)	18	18
Лабораторные работы (Лаб)		
Контактная работа в период теоретического обучения (КонтТО)	4	4
Контактная работа	40	40
Конт. ПА		
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	Зачет	Зачет
Самостоятельная работа:	32	32

4.2 Распределение видов работы и их трудоемкости по разделам дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, (в часах) Контактная			Формы текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практ	СР	
				.		

	1	2	3	4	5	6
1	Тема 1.Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	2	2	2	4	Опрос, дискуссия
2	Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии в АТР	2	2	4	4	Опрос, дискуссия, выступления с докладами Тестовая работа
3	Тема 3. Сегментация туристского рынка	2	2	4	4	Опрос, доклады и презентации на заданную тематику
4	Тема 4. Определение целевых туристских рынков	2	2	4	4	Опрос, Реферат
5	Тема 5. Туристский рынок и туристский продукт	2	2	4	4	Тестовая работа Презентация
6	Тема 6. Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках стран АТР	2	2	4	4	Устный опрос Контрольная работа
7	Тема 7. Рынок туристских услуг как объект мониторинга	2	2	4	4	Устный опрос дискуссия
8	Тема 8. Оценка состояния рынка туристских услуг в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады,	2	2	4	4	Устный опрос Самостоятельная работа

	Мексикки, Перу и Чили).					
9	Тема 9. Прогнозирование развития рынка туристских услуг в странах АТР (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили).	2	2	2	4	Устный опрос Самостоятельная работа
	Итого за 7семестр		18	18	32	Зачет

4.3 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений *лекционное занятие (2 часа)*

Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка. Функционирование экономических законов в туризме. Функции туристского рынка (реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте; организация процесса доведения туристского продукта до потребителя; экономическое обеспечение материальных стимулов к труду). Субъекты туристского рынка (туристы, как потребители турпродукта, туроператоры и турагенты). Понятие емкости туристского рынка. Понятие объема реализации отдельных туров. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения. Механизм функционирования туристского рынка. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии в странах АТР

лекционное занятие (2 часа)

Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и мировом уровне. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка. Первичные (природно - климатические) и вторичные (экономические, демографические и т.д.) факторы сезонности туристских рынков. Коэффициент сезонности туристских рынков. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 3. Сегментация туристского рынка

лекционное занятие (2 часа)

Анализ критериев сегментирования туристских рынков (географические, социальные, психологические). Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков. Признаки социального критерия сегментирования (уровень доходов; возрастной признак; жизненный цикл семьи). Признаки психологического критерия сегментирования (мотив поездки; психологический портрет туриста; транспортные средства, средства питания и размещения; длительность поездки). Виды и типы клиентов. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках. Фактор свободного времени населения как опосредованный фактор сегментирования туристского рынка. Выбор целевых сегментов рынка.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 4. Определение целевых туристских рынков

лекционное занятие (2 часа)

Критерии целевых туристских рынков (количество сегментов рынка, определение наиболее выгодных из них и т.д.). Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков (ресурсы фирмы; степень однородности продукции; этап жизненного цикла товара; степень однородности рынка; маркетинговые стратегии конкурентов). Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках стран Восточной Азии, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках. Действие экономических законов на целевых туристских рынках (закон стоимости, закон спроса и предложения, закон конкуренции).

Практическое занятие (2 часа)

Тема 5. Туристский рынок и туристский продукт

лекционное занятие (2 часа)

Понятие и формирование туристского продукта. Структура туристского продукта. Технология создания туристского продукта. Способы и методы продвижения организации туристского продукта. Способы и методы продвижения организации туристского продукта. Реклама туристского продукта в странах АТР. Выставочная и конгрессная деятельность в развитии туризма. Роль выставочно-конгрессной деятельности в развитии туризма в странах Азиатско-Тихоокеанского региона.

Практическое занятие 2 часа)

Тема 6. Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках

лекционное занятие (2 часа)

Маркетинг рынка потребителей турпродукта. Виды маркетинга (массовый; товарно-дифференцированный маркетинг; целевой маркетинг). Анализ факторов влияющих на туристский спрос. Виды спроса на туристский продукт. Формирование ассортимента турпродуктов. Виды и типы рекламных технологий. PR-акции, как инструмент продвижения товаров. Стимулирование потребителей. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара. Виды и типы брендов. Методика составления эмоциональных

брендов туристкой дестинации в странах АТР. Особенности психологического восприятия разных возрастных категорий сегментов рынка в странах АТР.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 7. Рынок туристских услуг как объект мониторинга

лекционное занятие (2 часа)

Определение понятий «рынок туристских услуг», «туристский рынок». Функции рынка туристских услуг. Общие и специфические.

Структура и особенности рынка туристских услуг в странах АТР. Субъекты туристского рынка. Туроператоры и турагенты как часть рынка туристских услуг.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 8. Оценка состояния рынка туристских услуг в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

лекционное занятие (2 часа)

Понятие оценки. Основные показатели оценки рынка туристских услуг. Пропорциональность развития рынка. Показатели пропорциональности. Эластичность спроса и предложения на рынке туристских услуг. Показатели эластичности. Тенденции развития рынка. Тренд. Методы определения основной тенденции развития.

Сезонность на рынке туристских услуг. Понятие сезонности. Природные и социально-экономические факторы сезонности. Показатели сезонности. Способы сглаживания сезонности рынка.

Цикличность на рынке туристских услуг.

Цена турпродукта. Формирование цены. Факторы. Показатели.

Практическое занятие (2 часа)

Тема 9. Прогнозирование развития рынка туристских услуг в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

лекционное занятие (2 часа)

Понятие «прогноз». Роль прогнозирования. Виды прогнозов. Методы прогнозирования. Классификация и область применения методов прогнозирования.

Формализованные методы. Экспертные (интуитивные) методы. Метод экспертных оценок. Виды экспертных оценок. Метод Дельфи. Комплексные системы прогнозирования. Верификация прогнозной модели.

Практическое занятие (2 часа)

4.4 Темы и планы практических/лабораторных занятий

Седьмой семестр

Практическое занятие 1 (в форме семинара) 2ч. Тема «Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений».

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка.

2. Функции туристского рынка (реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте; организация процесса доведения туристского продукта до потребителя; экономическое обеспечение материальных стимулов к труду).

3. Субъекты туристского рынка (туристы, как потребители турпродукта, туроператоры и турагенты).

4. Понятие емкости туристского рынка.

5. Понятие объема реализации отдельных туров.

6. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.

7. Механизм функционирования туристского рынка.

Практическое занятие 2 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии в АТР».

Вопросы для обсуждения:

1. Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков.

2. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии в странах АТР и на мировом уровне.

3. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка.

4. Коэффициент сезонности туристских рынков.

5. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.

Практическое занятие 3 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Сегментация туристского рынка».

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ критериев сегментирования туристских рынков (географические, социальные, психологические).

2. Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков.

3. Признаки социального критерия сегментирования (уровень доходов; возрастной признак; жизненный цикл семьи).

4. Виды и типы клиентов.

5. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках.

Практическое занятие 4 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Определение целевых туристских рынков».

Вопросы для обсуждения:

1. Критерии целевых туристских рынков (количество сегментов рынка, определение наиболее выгодных из них и т.д.).

2. Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков (ресурсы фирмы; степень однородности продукции; этап жизненного цикла товара; степень однородности рынка; маркетинговые стратегии конкурентов).

3. Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках Дальнего Востока.

4. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ.

Практическое занятие 5 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Туристский рынок и туристский продукт».

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие и формирование туристского продукта.
2. Структура туристского продукта.
3. Технология создания туристского продукта.
4. Способы и методы продвижения организации туристической индустрии на рынке туристических услуг.
5. Обеспечение качества туристского продукта.

Практическое занятие 6 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках».

Вопросы для обсуждения:

1. Маркетинг рынка потребителей турпродуктов.
2. Виды маркетинга (массовый; товарно-дифференцированный маркетинг; целевой маркетинг).
3. Анализ факторов влияющих на туристский спрос.
4. Виды спроса на туристский продукт.
5. Формирование ассортимента турпродуктов.
6. Виды и типы рекламных технологий.

Практическое занятие 7 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Рынок туристских услуг как объект мониторинга».

Вопросы для обсуждения:

1. Определение понятий «рынок туристских услуг», «туристский рынок».
2. Функции рынка туристских услуг. Общие и специфические.
3. Структура и особенности рынка туристских услуг в странах АТР.
4. Субъекты туристского рынка.
5. Туроператоры и турагенты как часть рынка туристских услуг.

Практическое занятие 8 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Оценка состояния рынка туристских услуг в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие оценки. Основные показатели оценки рынка туристских услуг.
2. Пропорциональность развития рынка.
3. Показатели пропорциональности.
4. Эластичность спроса и предложения на рынке туристских услуг. Показатели эластичности.
5. Тенденции развития рынка. Тренд.
6. Методы определения основной тенденции развития.
7. Цена турпродукта. Формирование цены.
8. Факторы. Показатели.

Практическое занятие 9 (в форме семинара) 2 ч. Тема «Прогнозирование развития рынка туристских услуг в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «прогноз». Роль прогнозирования. Виды прогнозов.
2. Методы прогнозирования.
3. Классификация и область применения методов прогнозирования.
4. Формализованные методы.
5. Экспертные (интуитивные) методы.
6. Метод экспертных оценок.

4.5 Примерная тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Курсовой проект (курсовая работа) по учебному плану не предусмотрен.

5 Темы дисциплины (модуля) для самостоятельного изучения

Самостоятельная работа студентов предполагает углубленное изучение теоретического материала по наиболее важным вопросам дисциплины.

Рекомендуется самостоятельное изучение дополнительной научной литературы, в том числе учебников, публикаций научных журналов.

Самостоятельно изученные вопросы могут быть представлены в виде научных работ, рефератов, презентаций, докладов и т.п. и подлежат обязательному обсуждению и последующей оценке на практических занятиях

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка к дискуссии и проблемной лекции;
- изучение номенклатуры;
- выполнение заданий;
- подготовка к практическому занятию по типовому страноведческо-туристскому изучению страны;
- подготовка к итоговой контрольной работе;
- работа с литературой;
- подготовка портфолио стран;
- подготовка докладов;
- создание опорного конспекта по видеофильму;
- систематизация полученных знаний.

1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений

Вопросы для самоконтроля:

1. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.
2. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой.
3. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.

2. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии в АТР

Вопросы для самоконтроля:

1. Первичные (природно - климатические) и вторичные (экономические, демографические и т.д.) факторы сезонности туристских рынков в странах АТР.

3. Сегментация туристского рынка

Вопросы для самоконтроля:

1. Признаки психологического критерия сегментирования (мотив поездки; психологический портрет туриста; транспортные средства, средства питания и размещения; длительность поездки).
2. Фактор свободного времени населения как опосредованный фактор сегментирования туристского рынка в странах региона.
3. Выбор целевых сегментов рынка.

4. Определение целевых туристских рынков

Вопросы для самоконтроля:

1. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках в странах АТР.
2. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках стран АТР.
3. Действие экономических законов на целевых туристских рынках (закон стоимости, закон спроса и предложения, закон конкуренции).

5. Туристский рынок и туристский продукт

Вопросы для самоконтроля:

1. Реклама туристского продукта.
2. Выставочная и конгрессная деятельность в развитии туризма.
3. Роль выставочно-конгрессной деятельности в развитии туризма в стране и на Дальнем Востоке.

6. Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках

Вопросы для самоконтроля:

1. PR-акции, как инструмент продвижения товаров в странах АТР.
2. Стимулирование потребителей.
3. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара. Виды и типы брендов.
4. Методика составления эмоциональных брендов туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.

7. Рынок туристских услуг как объект мониторинга в странах АТР

Вопросы для самоконтроля:

1. Структура и особенности рынка туристских услуг в странах АТР.
2. Субъекты туристского рынка, их особенности.

3. Туроператоры и турагенты как часть рынка туристских услуг.
4. Охват субъектов анализа по географическому признаку в странах АТР.

8. Оценка состояния рынка туристских услуг в в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

Вопросы для самоконтроля:

1. Сезонность на рынке туристских услуг. Понятие сезонности.
2. Природные и социально-экономические факторы сезонности.
3. Показатели сезонности. Способы сглаживания сезонности рынка.
4. Цикличность на рынке туристских услуг.

9. Прогнозирование развития рынка туристских услуг в странах АТР (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».

Вопросы для самоконтроля:

1. Виды экспертных оценок.
2. Метод Дельфи.
3. Комплексные системы прогнозирования.
4. Верификация прогнозной модели.
5. Проблемы прогнозирования развития рынка туристских услуг, охват стран АТР.

6 Образовательные технологии

В процессе освоения дисциплины «География в туризме» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

- Лекции;
- Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные вопросы методики характеристики основных туристских ресурсов и туристско-рекреационный потенциал стран и регионов, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;

- Обсуждение докладов;
- Практические задания;
- Самостоятельная работа студентов;
- Консультации преподавателя.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- Тест;
- Анализ деловых ситуаций;
- Коллоквиум.

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Виды учебных занятий	Образовательные технологии

1	Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений	Лекция Практическое задание 1	Лекция Практические работы Дискуссия
2	Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии в АТР	Лекция Практическое задание 2	Лекция Опрос, выступления с докладами
3	Сегментация туристского рынка	Лекция Практическое задание 3	Лекция Семинарское занятие с использованием мультимедиа, дискуссия
4	Определение целевых туристских рынков	Лекция Практическое задание 4	Лекция Дискуссия, опрос реферативный обзор
5	Туристский рынок и туристский продукт	Лекция Практическое задание 5	Лекция Дискуссия, опрос, презентации по теме
6	Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках	Лекция Практическое задание 6	Лекция Семинарское занятие с использованием мультимедиа, опрос, тестирование
7	Рынок туристских услуг как объект мониторинга в странах АТР.	Практическое задание 7	Лекция Проблемная лекция Семинарское занятие, Презентации по теме,
8	Оценка состояния рынка туристских услуг в странах АТР (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».	Лекция Практическое задание 8	Академическая лекция Семинарское занятие, Презентации по теме, контрольная работа
9	Прогнозирование развития рынка туристских услуг в странах АТР (на примере Китая, Японии, Республики Кореи, Таиланда, Вьетнама, США и Канады, Мексики, Перу и Чили)».	Лекция Практическое задание 9	Лекция коллоквиум реферативный обзор Самостоятельная работа
Итого за 7 семестр		Практика-18	

7 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона»

Примерные вопросы к зачету

1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.
2. Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка.
3. Функционирование экономических законов в туризме.

4. Функции туристского рынка.
5. Субъекты туристского рынка.
6. Понятие емкости туристского рынка.
7. Понятие объема реализации отдельных туров.
8. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.
9. Механизм функционирования туристского рынка.
10. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой.
11. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.
12. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.
13. Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков.
14. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, национальном и мировом уровне.
15. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка.
16. Первичные и вторичные факторы сезонности туристских рынков.
17. Коэффициент сезонности туристских рынков.
18. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.
19. Сегментация туристского рынка.
20. Анализ критериев сегментирования туристских рынков.
21. Четыре географические зоны сегментирования.
22. Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков.
23. Признаки социального критерия сегментирования.
24. Признаки психологического критерия сегментирования.
25. Виды и типы клиентов.
26. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках.
27. Фактор свободного времени населения как опосредованный фактор сегментирования туристского рынка.
28. Выбор целевых сегментов рынка.
29. Определение целевых туристских рынков.
30. Критерии целевых туристских рынков.
31. Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков.
32. Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности.
33. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ.
34. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках.
35. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках.
36. Действие экономических законов на целевых туристских рынках.
37. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара.
38. Статистические источники информации.
39. Показатели мониторинга туристского рынка.
40. Оценка экономической роли туризма.
41. Международный опыт оценки экономической роли туризма

Примерные варианты тестов

1. Мониторинг - это:
 - а. Наблюдение за состоянием объекта.

- b. Прогноз развития объекта.
 - c. Система наблюдений, анализа и прогноза состояния объекта.
 - d. Анализ получаемых данных о состоянии и развитии объекта.
2. Социальная эффективность туризм:
- A) в разработке государственных программ
 - B) в размещении информации в сети Интернет
 - B) в доступности большинства видов туризма для различных социальных слоев общества
 - Г) в доступности туризма для детей
3. Предприятия, относящиеся к индустрии развлечений:
- A) учебные центры
 - B) турфирмы
 - B) цирки, театры, зоопарки
 - Г) курортные гостиницы
4. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристских услугах:
- A) культурно-досуговые ценности
 - B) социокультурный потенциал сферы туризма
 - B) культурная этика
 - Г) факторы туризма
5. Неоспоримым фактором повышения конкурентоспособности санатория или пансионата является:
- A) курортная анимация
 - B) шведский стол
 - B) архитектурное решение пансионата
 - Г) наличие первой береговой линии
6. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристских услугах:
- A) культурно-досуговые ценности
 - B) социокультурный потенциал сферы туризма
 - B) культурная этика
 -) факторы туризма
7. Предпочтительным методом оценки абсолютных показателей развития рынка является...
- a. системный анализ
 - b. факторный анализ
8. Туризм характеризуется:
- a. высоким уровнем эффективности
 - b. медленной окупаемостью инвестиций
 - c. низким уровнем эффективности
 - d. быстрой окупаемостью инвестиций
9. Система показателей развития рынка туристских услуг для регионов включает....
- a. среднюю величину туристских расходов в месяц
 - b. среднюю величину туристских расходов в сутки
 - c. среднюю величину туристских расходов в год
10. Производители туристского продукта - это...
- a. туристские фирмы (туроператоры и турагенты)
 - b. туристы
 - c. правительственные организации
11. Определите три основных субъекта туристского рынка...
- a. государственные организации
 - b. туристские организации, фирмы

- c. потенциальные туристы
 - d. предприятия общественного питания
 - e. учреждения культуры
12. Предложение на туристском рынке - это...
- a. вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
 - b. вся масса произведенных услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
13. Скорость туристского кругооборота во многом определяется...
- a. сезонностью туризма
 - b. количеством туристов
 - c. квалификацией сотрудников турфирмы
14. Предложение туристских услуг характеризуется...
- a. эластичностью на изменение цен
 - b. неэластичностью на изменение цен
15. Емкость туристского рынка - это...
- a. его способность "поглотить" то или иное количество туристского продукта
 - b. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении
 - c. его способность произвести то или иное количество туристского продукта
16. Цикл туристского продукта проходит....
- a. четыре стадии
 - b. одну стадию
 - c. две стадии
17. С понижением спроса туристское предложение становится...
- a. эластичным
 - b. практически неэластичным
18. Комплексным показателем уровня экономического развития туристской сферы является:
- a. плотность хозяйственной деятельности в регионе - величина совокупного общественного продукта региона на 1 кв.км его территории
 - b. размещение и развитие производительных сил туристской сферы в регионе
19. Главная цель проведения мониторинга туристской индустрии – это...
- a. обеспечении органов государственного и муниципального управления полной, достоверной и своевременной информацией о процессах, протекающих в различных сферах жизнедеятельности населения.
 - b. определение основных индикаторов, дающих наиболее полное представление о социально-экономическом развитии определенного вида деятельности;
 - c. диагностику процессов, протекающих, выявление положительных и негативных тенденций;
 - d. разработку сценариев развития рынка туристских услуг
20. В анализе пропорциональности рынка используются:
- a. компаративный индекс
 - b. индекс сезонности
 - c. укрупнение интервала динамического ряда;
 - d. метод скользящей средней
21. Проспекция представляет собой этап прогнозирования, на котором...
- a. исследуется систематизированное описание объекта прогнозирования с целью выявления тенденции его развития и выбора моделей и методов прогнозирования
 - b. исследуется история развития объекта прогнозирования для получения его систематизированного описания

- с. по данным диагноза разрабатываются прогнозы развития объекта прогнозирования в будущем, производится оценка достоверности, точности или обоснованности прогноза

Типовое контрольное задание (тест, кейс-задание и пр.)

Тесты по темам

1. Преимущества развития туризма в регионе (стране) заключаются:

- а) в росте цен на местные товары и услуги;
- б) в оттоке финансовых ресурсов за границу при выездном туризме;
- в) в росте валового национального продукта;
- г) в дополнительных экологических и социальных проблемах.

2. Источниками финансирования текущей деятельности туристской фирмы являются:

- а) кредитные ресурсы;
- б) бюджетные средства;
- в) собственные средства;
- г) привлеченные средства.

3. Деятельность туристского бизнеса условно можно отнести к виду предпринимательства:

- а) консультационного предпринимательства;
- б) финансового предпринимательства;
- в) коммерческого предпринимательства;
- г) производственного предпринимательства.

4. Емкость туристского рынка – это:

- а) туристский поток;
- б) туристское предложение;
- в) туристский спрос;
- г) способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации туристского продукта при существующих ценах и предложении.

5. Влияние фактора сезонности на экономику туризма способствует:

- а) ухудшению использования материально-технической базы туризма;
- б) повышению производительности труда в туризме;
- в) повышению доходности туристской отрасли;
- г) повышает эффективность использования основных фондов смежных отраслей хозяйства.

6. Экономические аспекты социального туризма включают следующие основные компоненты:

- а) повышение цены путевки за эксклюзивность тура;
- б) повышение комфортности проживания туристов;
- в) приоритетность отечественных интересов перед зарубежными;
- г) переориентирование рыночных отношений в туристской отрасли на социально ориентированные.

7. К местным налогам относятся:

- а) налог на доходы физических лиц;
- б) земельный налог;

- в) транспортный налог;
- г) налог на имущество физических лиц.

8. Агент - это:

- а) юридическое или физическое лицо, совершающее операции по поручению другого лица;
- б) лицо, участвующее в сделке за свой счет.

9. Международное экономическое двойное налогообложение - это:

- а) когда один и тот же доход одного и того же субъекта облагается более чем одним государством;
- б) когда два различных субъекта облагаются налогом в отношении одного и того же дохода;

10. Источниками финансирования инвестиционной деятельности в туризме могут быть:

- а) денежные эмиссии;
- б) кредиты коммерческих банков;
- в) акционерный капитал;
- г) бюджетные ассигнования.

11. Мультипликативный процесс в экономике туризма характеризует:

- а) позитивные изменения;
- б) негативные явления;
- в) экологические факторы;
- г) стабильность экологической ситуации.

12. Стимулирующая функция налогов заключается:

- а) в росте технического прогресса;
- б) в увеличении числа рабочих мест;
- в) в создании условий для развития отраслей и производств рыночной экономики;
- г) в перераспределении части прибыли предприятий материальной сферы, направленной на развитие непроизводственной сферы.

13. Туристский спрос – это:

- а) разнообразное количество услуг, необходимых туристу во время путешествия;
- б) форма проявления потребности населения в туристском продукте (услуге).
- в) все ответы верны;
- г) нет правильного ответа.

14. К социальным критериям сегментации туристского рынка относятся:

- а) мотив поездки, тип туриста, сезонность;
- б) профессия туриста, возраст, доход семьи;
- в) страна прибытия туриста, географическая поездки;
- г) величина населенного пункта постоянного проживания, национальность, религиозные убеждения.

15. К функциям туристского рынка относятся:

- а) функция реализации стоимости и потребительной стоимости, заключенных в турпродукте;
- б) функция организации доведения турпродукта до потребителя;
- в) функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду;
- г) все ответы верны.

16. Схема инвестирования «контракт на управление» заключается во:

- а) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с посреднической функцией финансовой структуры (банка);
- б) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выплатой дивидендов по инвестициям и накопленной стоимости капитала;
- в) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с передачей прав на эксплуатацию и управление инвестору;
- г) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выдачей кредита под залог объекта инвестирования.

Ключ: 1в, 2в, 3в, 4г, 5а, 6в, 7г, 8а, 9б, 10а, б, 11а, 12а, 13б, 14б, 15г, 16в

8 Система оценивания планируемых результатов обучения

Форма контроля	За одну работу		Всего
	Миним. баллов	Макс. баллов	
Текущий контроль:			
опрос	8 баллов	10 баллов	
участие в коллоквиуме, деловой игре	4 баллов	6 баллов	
Выполнение самостоятельной работы 1	4 баллов	6 баллов	
Выполнение индивидуального задания	2 баллов	4 баллов	
Промежуточная аттестация: тестирование	22 баллов	26 баллов	
Итого за семестр (дисциплину) /экзамен	40	52	100 баллов

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине строится на бально-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, предполагающих в процессе изучения дисциплины прохождение фиксированного количества мероприятий текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль реализуется в формах тестирования, оценки качества и активности работы на практических занятиях, анализа добросовестности и самостоятельности при написании творческих работ, решения задач, посещаемости занятий и т.д. В семестре по дисциплине устанавливаются мероприятия текущего контроля успеваемости (4 «контрольных точки»). Выполнение всех заданий текущего контроля является обязательным для студента и является основанием для допуска к промежуточной аттестации.

К критериям выставления рейтинговых оценок текущего контроля относятся:

Основные критерии:

- оценка текущей успеваемости по итогам работы на семинарах;
- оценки за письменные работы (рефераты, доклады, решение задач и др.);
- оценки текущей успеваемости по итогам интерактивных форм практических занятий (деловые игры, дискуссии и др.);
- посещение учебных занятий.

Дополнительные критерии:

- активность на лекциях и семинарских занятиях, интерес к изучаемому предмету;
- владение компьютерными методами изучения предмета, умение готовить презентации для конференций, использование Интернета, профессиональных баз данных при подготовке к занятиям и написании письменных работ;

- обязательное посещение учебных занятий;
- оценка самостоятельной работы студента;
- участие студента в работе организуемых кафедрой (филиалом) круглых столов, конференций и пр.;
- общий уровень правовой культуры, эрудиция в области правовых проблем.

Рейтинговая оценка студентов по дисциплине определяется по 100-балльной шкале в семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля устанавливается в следующем соотношении:

- посещение учебных занятий (max 30 баллов)
- текущий контроль успеваемости (max 70 баллов), в том числе:
 - 1 задание текущего контроля (max 10 баллов)
 - 2 задание текущего контроля (max 10 баллов) **max**
 - 3 задание текущего контроля (max 10 баллов) **100 баллов**
 - 4 задание текущего контроля (max 35 баллов)

бонусные рейтинговые баллы за активность на занятиях по итогам семестра (max 5 баллов)

Посещение лекций (за исключением поточных) и практических занятий оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением поточных) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия.

Оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине. Всего в семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации.

Для допуска к промежуточной аттестации обучающийся должен выполнить все мероприятия текущего контроля по дисциплине (не иметь задолженностей по текущей контролю успеваемости) и набрать в общей сложности не менее 51 балла.

Перевод рейтинговых баллов в итоговую 5 – балльную шкалу оценки осуществляется в соответствии с таблицей.

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет	Баллы за экзамен	Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачет	экзамен				
85-100*	зачет	5 (отлично)	-	-	85-100	5 (отлично)
70-85*	зачет	4 (хорошо)	-	0-30	70-85 85-100	4 (хорошо) 5 (отлично)
52-69*	зачет	3 (удовлетворительно)	-	0-30	52-69 70-84 85-90	3 (удовлетворительно) 4 (хорошо) 5 (отлично)
51 и менее	Не допуск к зачету, экзамену		-	-	51 и менее	2 (неудовлетворительно), незачет

* при условии выполнения всех заданий текущего контроля успеваемости

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – устный ответ (опрос, опрос-викторина)

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при устном ответе (опросе, опросе-викторине)

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	<ul style="list-style-type: none"> – полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию 	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – знание основной и дополнительной литературы; – последовательно и четко отвечает на вопросы билета и дополнительные вопросы; – уверенно ориентируется в проблемных ситуациях; – демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой
«4»	<ul style="list-style-type: none"> – вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение основной литературы. – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом имеет один из недостатков: – а) в изложении допущены 	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся показывает полное знание – программного материала, основной и – дополнительной литературы; – дает полные ответы на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы, допуская некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к

	<p>небольшие пробелы, не искажившие содержание ответа;</p> <ul style="list-style-type: none"> – б) допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; – в) допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя 	<p>оценке практических ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	<ul style="list-style-type: none"> – неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы 	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся показывает знание основного – материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при ответе на вопросы билета и дополнительные вопросы не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности их изложения; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; – подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	<ul style="list-style-type: none"> – не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. – не сформированы компетенции, умения и навыки. 	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускает грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на задаваемые вопросы или затрудняется с ответом; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

оценочная шкала устного ответа (опроса, опроса-викторины)

Процентный интервал оценки	оценка
менее 51%	2

52% - 69%	3
70% - 84%	4
85% - 100%	5

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – контрольная работа

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении контрольной работы

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% вопросов раскрыто полно и точно
	«4», если 75% вопросов раскрыто полно и точно
	«3», если 50% вопросов раскрыто полно и точно
	«2», если менее 50% вопросов раскрыто полно и точно

Средство оценивания – итоговый проект

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при семинаре-заслушивании, разработке проекта

оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«5»	программа исследования соответствует рекомендациям, содержание исследования подробно описано, в программе прописаны все необходимые элементы, обосновано применение теоретических и эмпирических методов исследования, разработан инструментарий исследования	<p>–обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, знание основной и дополнительной литературы;</p> <p>–последовательно и четко обосновывает программу научного исследования;</p> <p>–уверенно ориентируется в проблемных ситуациях;</p> <p>–демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала;</p> <p>–подтверждает полное освоение компетенций,</p>

		предусмотренных программой
«4»	программа исследования соответствует рекомендациям, содержание исследования подробно описано, в программе прописаны все необходимые элементы, обосновано применение теоретических или эмпирических методов исследования, разработанный инструментарий исследования содержит методологические ошибки	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся показывает полное знание программного материала; – в программе научного исследования допускает некоторые неточности; – правильно применяет теоретические положения к оценке практических ситуаций; - демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
«3»	программа исследования разработана не полностью, в программе прописаны не все необходимые элементы, обосновано применение теоретических или эмпирических методов исследования, разработанный инструментарий исследования содержит методологические ошибки	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся показывает знание основного материала в объеме, необходимом для предстоящей профессиональной деятельности; – при обосновании программы исследования не допускает грубых ошибок, но испытывает затруднения в последовательности ее изложения; – не в полной мере демонстрирует способность применять теоретические знания для анализа практических ситуаций; подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой на минимально допустимом уровне
«2»	программа исследования разработана не полностью, в программе прописаны не все необходимые элементы, обосновано применение теоретических или эмпирических методов исследования, инструментарий исследования не разработан	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине; – не способен аргументировано и последовательно обосновывать программу научного исследования, допускает грубые ошибки в программе исследования; – не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Для текущего контроля успеваемости студентов и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины предполагается выполнение самостоятельной работы студентами по следующим формам, которые входят в ФОС по данной дисциплине:

- тесты самоконтроля;
- вопросы для собеседования;
- подготовка и защита рефератов;
- интерактивная форма обучения – аналитические обзоры по темам дисциплины.

По каждой форме самостоятельной работы предполагается сдача с оценкой за проделанную работу.

Для итогового контроля освоения дисциплины предлагаются вопросы для сдачи экзамена и примерный вариант итогового теста по дисциплине.

Критерии оценки выполнения заданий в тестовой форме

- "отлично" - 90-100% правильных ответов;
- "хорошо" - 80-89% правильных ответов;
- "удовлетворительно" - 70-79% правильных ответов;
- "неудовлетворительно" - 69% и менее правильных ответов.

Критерии оценки выполнения заданий в форме реферата

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Общие требования к оформлению рефератов

Текст реферата должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ, основные положения которого здесь и воспроизводятся.

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.

Целью реферативной работы является приобретение навыков работы с литературой, обобщения литературных источников и практического материала по теме, способности грамотно излагать вопросы темы, делать выводы.

Реферат должен содержать:

- титульный лист,
- оглавление,
- введение,
- основную часть (разделы, части),
- выводы (заключительная часть),
- приложения,
- пронумерованный список использованной литературы (не менее 2-х источников) с указанием автора, названия, места издания, издательства, года издания (см. Приложение 2).

Как получить допуск к сдаче зачета/экзамена

1. Посещение занятий. Допускается три пропуска без предъявления справки.
2. Пропущенные занятия необходимо отработать до зачета.
3. Выполнение домашних заданий.
4. Активное участие в работе на занятиях.
5. Отчет семестровой работы.

Сколько баллов можно заработать на занятии

Домашнее задание – 1- 3 балла;

Работа на занятии – 1 балл.

Необходимое количество баллов для зачета/экзамена

Оценка пятибалльной системы	Общая сумма баллов за семестр
<i>Отлично</i>	85 – 100
<i>Хорошо</i>	70 – 84
<i>Удовлетворительно</i>	52 – 69
<i>Неудовлетворительно</i>	0 – 51

Количество баллов, необходимое для получения зачета «автоматом» определяется преподавателем и в начале семестра объявляется студентам.

Критерии оценивания зачета/экзамена

Оценки "*отлично*" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "*отлично*" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценки "*хорошо*" заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "*хорошо*" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по

дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки "удовлетворительно" заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1 Основная литература

1. Бронникова, Тамара Семеновна. Маркетинг : теория, методика, практика : учебное пособие для вузов : для бакалавров/Т. С. Бронникова.-3-е изд., перераб.- Москва:КНОРУС,2012. - 207 с.

2. География туризма : учебник / А.Ю. Александрова под ред. — Москва : КноРус, 2018. <https://www.book.ru/book/925845>

3. Гончарова, Наталья Александровна. Развитие туристской дестинации [ТеКСТ]=Tourism destination development:y4e6Ное пособие для вузов/Н. А. Гончарова; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.- [Б. м.]:Издательство ТПУ,2010.-151 с.

4.Организация туристской индустрии и география туризма: Учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=432449>

9.2 Дополнительная литература

1. Профессиональный туризм: маркетинговая аналитическая работа в 5 частях, ч.2, ч.3 - М.: Моско -2005. - 256 с.

2. Назайкин А. Н. «Эффективность рекламы в прессе», М.: «Мир рекламы, 2004., 357 с.

3. Бараненко, Сергей Петрович. Инновационный менеджмент [Текст]:учебно-методический комплекс : учебное пособие для вузов/С. П. Бараненко, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников.- Москва: Центрполиграф,2010. с. 286.

4. Беркутова, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые коммуникации [Текст]:учебное пособие для вузов/Т. А. Беркутова.-Ростов-на-Дону:Феникс,2008.-254 с.

5. Кирьянова, Лилия Геннадьевна. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций [ТеКСТ]=Marketing and branding of tourism destinations:учебное пособие для вузов/Л. Г. Кирьянова; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.- [Б. м.]:Издательство ТПУ,2010.-266 с.

6. Виноградова, Татьяна Владимировна. Технология продаж услуг туристской индустрии [Текст]:учебник для вузов/Т. В. Виноградова, Н. Д. Загорин, Р. Ю. Тубелис ; Балтийская академия туризма и предпринимательства.-М.:Академия,2010., 238 с .

7. Арбузова, Надежда Юрьевна. Технология и организация гостиничных услуг [Текст]: учебное пособие для вузов/Н. Ю. Арбузова.-2-е изд., испр.-М.:Академия,2011.-222 с.
8. Крофт, Майкл Дж. Сегментирование рынка [Текст]=Market segmentation пошаговое руководство по созданию прибыльного бизнеса/М. Дж. Крофт ; [под общ. ред. В. В. Кулибановой ; пер. с англ. С. Жильцов].-СПб. [и др.]:Питер,2001. 123 с.
9. Колодий Н.А. Новая экономка-экономика впечатлений: учебное пособие/Н.А. Колодий; Институт истории, международных и социальных исследований Ольбургского университета, 2010.-329.
10. Дайан А., Букерель Ф. Ланкар Р. и др. Академия рынка: маркетинг М.: Экономика, 2012.
11. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Осъ-89, 2013.
12. Косолапов А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учеб. пособие / А. Б. Косолапов. – 2-е изд.стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 288 с.
13. The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage <http://www.ozon.ru/context/detail/id/2383362/>
14. П. Карлова Л.В. Инновации в туризме: учебное пособие/Л.В. Карлова, И.В. Кондратьева; Институт культуры и глобализации Ольбургского университета, 2011.-170 с.
15. Отели с самой высокой оценкой в Clarkhttp://www.tripadvisor.ru/Tourism-g33357-Clark_ColoradoVacations.html
16. Отель Park Hotel Clarke Quay(http://tour.bigmir.net/hotels/32056-Park_HotelClarke_Quay.php).
17. Инновации в рекреационном отельном и ресторанном бизнесе. <http://www.slideshare.net/BallvhouraCountry/ballvhoura-tourism-presentation-2031-final-tl>
18. The technological tours are available all the time (<http://forinnovations.org/expo/technological-tours/>) Электронный фонд Российской национальной библиотеки «Докусфера»: <http://1eB.plr.ru>

9.3 Периодические издания

1. Журнал «Современные проблемы туризма и сервиса» ISSN 1995-0411.
2. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы» ISSN 34168.
3. Научно-практический журнал «Вестник РМАТ» (Российской международной академии туризма) T70032.
4. Российский научный журнал «Вестник национальной академии туризма» ISSN 2073-0624.

9.4 Программное обеспечение

- Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN 1 License (бессрочная),(лицензия 49512935);
- Microsoft VisualFoxPro Professional 9/0 Win32 Single Academic OPEN (бессрочная), (лицензия 49512935);
- Microsoft Sys Ctr Standard Sngl License/Software Assurance Pack Academic License 2 PROC (бессрочная), (лицензия 60465661)
- Microsoft Office 2010 Russian Academic OPEN, (бессрочная) (лицензия 61031351),
- Microsoft Windows Proffesional 8 Russian Upgrade Academic OPEN (бессрочная), (лицензия 61031351),
- Microsoft Windows Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 41684549),

- Microsoft Windows Server Datacenter 2003 R2 English Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 41684549),
- Microsoft Internet Security&Accel Server Standart Ed 2006 English Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 41684549),
- Microsoft Windows Professional 7 Russian Upgrade Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880),
- Microsoft Office Professional Plus 2010 Russian Academic OPEN, (бессрочная), (лицензия 60939880),
- Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Расширенный Russian Edition. 1000-1499 Node 2 year Educational Renewal License (лицензия 2022-190513-020932-503-526), срок пользования с 2019-05-13 по 2021-04-13
- ABBYYFineReader 11 Professional Edition, (бессрочная), (лицензия AF11-2S1P01-102/AD),
- Microsoft Volume Licensing Service, (бессрочная), (лицензия 62824441),
- Autodesk AutoCAD 2010 Russian, (бессрочная), (лицензия 391-12011783),
- CorelDRAW Graphics Suite X5Education License ML (1-60), (бессрочная), (лицензия 4088083),
- Microsoft Windows Server Standart Russian License/Software Assurance Pack Academic, (бессрочная), (лицензия 60939880),
- Microsoft Windows Server CAL Russian License/Software Assurance Pack Academic, (бессрочная), (лицензия 62590127),
- Microsoft Windows Pro 64bit DOEM, (бессрочная), контракт № 6-ОАЭФ2014 от 05.08.2014

9.5. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. Профессиональная база данных «Федеральный перечень туристских объектов Министерства культуры РФ»: <http://классификация-туризм.рф>
4. Профессиональная база данных «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
5. Профессиональная база данных «Статистическая отчетность отрасли. ГИВЦ Минкультуры России» <http://mkstat.ru/indicators/>
6. Профессиональная база данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
7. Профессиональная база данных «Открытые данные Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации» <http://www.mnr.gov.ru/opendata/>
8. Профессиональная база данных «ГОСТ эксперт – Единая база ГОСТов РФ» <http://gostexpert.ru/>
9. Профессиональная база данных «Список нематериального культурного наследия и Реестр передового опыта охранной деятельности ЮНЕСКО»: <https://ich.unesco.org/en/lists>
10. Информационная справочная система «Унифицированные туристские паспорта регионов РФ»: <http://utp.nbcrs.org/>

11. Информационная справочная система «Международная сеть устойчивых туристических обсерваторий (INSTO)»: <http://insto.unwto.org/>

12. Информационная справочная система «Атлас турмаршрутов России» (платформа / турагрегатор поиска, бронирования маршрутов, событий и экскурсий по всей России от РГО): <http://turatl.ru/>

13. Информационная справочная система «Tripster – база экскурсий и экскурсоводов по всему миру»: <https://experience.tripster.ru/>

10 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебные и учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

Для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для слепых и слабовидящих:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

Для слепых и слабовидящих:

для глухих и слабослышащих:

- автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
- акустический усилитель и колонки;

Для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

11 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

1. Учебники и учебные пособия, словари, имеющиеся в фондах библиотеки.
2. Доступ к Интернет-ресурсам.
3. Электронные и Интернет-учебники.

Материально-техническое обеспечение включает в себя также специально оборудованные кабинеты и аудитории: компьютерные классы, аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения.

Использование электронных учебников и дисков-тренажеров в процессе обучения должно обеспечиваться наличием во время самостоятельной подготовки рабочего места для каждого обучающегося в компьютерном классе имеющего выход в Интернет, в соответствии с объемом изучаемой дисциплины.

К рабочей программе прилагаются:

Приложение 1 - Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона»;

Приложение 2 - Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона».

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона»

1. Тестовые задания (Контроль по темам)

1. Мониторинг - это:
 - e. Наблюдение за состоянием объекта.
 - f. Прогноз развития объекта.
 - g. Система наблюдений, анализа и прогноза состояния объекта.
 - h. Анализ получаемых данных о состоянии и развитии объекта.
2. Социальная эффективность туризм:
 - A) в разработке государственных программ
 - B) в размещении информации в сети Интернет
 - B) в доступности большинства видов туризма для различных социальных слоев общества
 - Г) в доступности туризма для детей
3. Предприятия, относящиеся к индустрии развлечений:
 - A) учебные центры
 - B) турфирмы
 - B) цирки, театры, зоопарки
 - Г) курортные гостиницы
4. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристических услугах:
 - A) культурно-досуговые ценности
 - B) социокультурный потенциал сферы туризма
 - B) культурная этика
 - Г) факторы туризма
5. Неоспоримым фактором повышения конкурентоспособности санатория или пансионата является:
 - A) курортная анимация
 - B) шведский стол
 - B) архитектурное решение пансионата
 - Г) наличие первой береговой линии
6. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристических услугах:
 - A) культурно-досуговые ценности
 - B) социокультурный потенциал сферы туризма
 - B) культурная этика
 -) факторы туризма
7. Предпочтительным методом оценки абсолютных показателей развития рынка является...
 - c. системный анализ
 - d. факторный анализ
8. Туризм характеризуется:
 - e. высоким уровнем эффективности
 - f. медленной окупаемостью инвестиций
 - g. низким уровнем эффективности
 - h. быстрой окупаемостью инвестиций

9. Система показателей развития рынка туристских услуг для регионов включает....
- d. среднюю величину туристских расходов в месяц
 - e. среднюю величину туристских расходов в сутки
 - f. среднюю величину туристских расходов в год
10. Производители туристского продукта - это...
- d. туристские фирмы (туроператоры и турагенты)
 - e. туристы
 - f. правительственные организации
11. Определите три основных субъекта туристского рынка...
- f. государственные организации
 - g. туристские организации, фирмы
 - h. потенциальные туристы
 - i. предприятия общественного питания
 - j. учреждения культуры
12. Предложение на туристском рынке - это...
- c. вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
 - d. вся масса произведенных услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
13. Скорость туристского кругооборота во многом определяется...
- d. сезонностью туризма
 - e. количеством туристов
 - f. квалификацией сотрудников турфирмы
14. Предложение туристских услуг характеризуется...
- c. эластичностью на изменение цен
 - d. неэластичностью на изменение цен
15. Емкость туристского рынка - это...
- d. его способность "поглотить" то или иное количество туристского продукта
 - e. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении
 - f. его способность произвести то или иное количество туристского продукта
16. Цикл туристского продукта проходит....
- d. четыре стадии
 - e. одну стадию
 - f. две стадии
17. С понижением спроса туристское предложение становится...
- c. эластичным
 - d. практически неэластичным
18. Комплексным показателем уровня экономического развития туристской сферы является:
- c. плотность хозяйственной деятельности в регионе - величина совокупного общественного продукта региона на 1 кв.км его территории
 - d. размещение и развитие производительных сил туристской сферы в регионе
19. Главная цель проведения мониторинга туристской индустрии – это...
- e. обеспечении органов государственного и муниципального управления полной, достоверной и своевременной информацией о процессах, протекающих в различных сферах жизнедеятельности населения.
 - f. определение основных индикаторов, дающих наиболее полное представление о социально-экономическом развитии определенного вида деятельности;
 - g. диагностику процессов, протекающих, выявление положительных и негативных тенденций;
 - h. разработку сценариев развития рынка туристских услуг

20. В анализе пропорциональности рынка используются:
- е. компаративный индекс
 - ф. индекс сезонности
 - г. укрупнение интервала динамического ряда;
 - д. метод скользящей средней
21. Проспекция представляет собой этап прогнозирования, на котором...
- д. исследуется систематизированное описание объекта прогнозирования с целью выявления тенденции его развития и выбора моделей и методов прогнозирования
 - е. исследуется история развития объекта прогнозирования для получения его систематизированного описания
 - ф. по данным диагноза разрабатываются прогнозы развития объекта прогнозирования в будущем, производится оценка достоверности, точности или обоснованности прогноза

Типовое контрольное задание (тест, кейс-задание и пр.)

- 1. Преимущества развития туризма в регионе (стране) заключаются:**
- а) в росте цен на местные товары и услуги;
 - б) в оттоке финансовых ресурсов за границу при выездном туризме;
 - в) в росте валового национального продукта;
 - г) в дополнительных экологических и социальных проблемах.
- 2. Источниками финансирования текущей деятельности туристской фирмы являются:**
- а) кредитные ресурсы;
 - б) бюджетные средства;
 - в) собственные средства;
 - г) привлеченные средства.
- 3. Деятельность туристского бизнеса условно можно отнести к виду предпринимательства:**
- а) консультационного предпринимательства;
 - б) финансового предпринимательства;
 - в) коммерческого предпринимательства;
 - г) производственного предпринимательства.
- 4. Емкость туристского рынка – это:**
- а) туристский поток;
 - б) туристское предложение;
 - в) туристский спрос;
 - г) способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации туристского продукта при существующих ценах и предложении.
- 5. Влияние фактора сезонности на экономику туризма способствует:**
- а) ухудшению использования материально-технической базы туризма;
 - б) повышению производительности труда в туризме;
 - в) повышению доходности туристской отрасли;
 - г) повышает эффективность использования основных фондов смежных отраслей хозяйства.

6. Экономические аспекты социального туризма включают следующие основные компоненты:

- а) повышение цены путевки за эксклюзивность тура;
- б) повышение комфортности проживания туристов;
- в) приоритетность отечественных интересов перед зарубежными;
- г) переориентирование рыночных отношений в туристской отрасли на социально ориентированные.

7. К местным налогам относятся:

- а) налог на доходы физических лиц;
- б) земельный налог;
- в) транспортный налог;
- г) налог на имущество физических лиц.

8. Агент - это:

- а) юридическое или физическое лицо, совершающее операции по поручению другого лица;
- б) лицо, участвующее в сделке за свой счет.

9. Международное экономическое двойное налогообложение - это:

- а) когда один и тот же доход одного и того же субъекта облагается более чем одним государством;
- б) когда два различных субъекта облагаются налогом в отношении одного и того же дохода;

10. Источниками финансирования инвестиционной деятельности в туризме могут быть:

- а) денежные эмиссии;
- б) кредиты коммерческих банков;
- в) акционерный капитал;
- г) бюджетные ассигнования.

11. Мультипликативный процесс в экономике туризма характеризует:

- а) позитивные изменения;
- б) негативные явления;
- в) экологические факторы;
- г) стабильность экологической ситуации.

12. Стимулирующая функция налогов заключается:

- а) в росте технического прогресса;
- б) в увеличении числа рабочих мест;
- в) в создании условий для развития отраслей и производств рыночной экономики;
- г) в перераспределении части прибыли предприятий материальной сферы, направленной на развитие непроизводственной сферы.

13. Туристский спрос – это:

- а) разнообразное количество услуг, необходимых туристу во время путешествия;
- б) форма проявления потребности населения в туристском продукте (услуге).
- в) все ответы верны;
- г) нет правильного ответа.

14. К социальным критериям сегментации туристского рынка относятся:

- а) мотив поездки, тип туриста, сезонность;
- б) профессия туриста, возраст, доход семьи;

- в) страна прибытия туриста, географическая поездки;
- г) величина населенного пункта постоянного проживания, национальность, религиозные убеждения.

15. К функциям туристского рынка относятся:

- а) функция реализации стоимости и потребительной стоимости, заключенных в турпродукте;
- б) функция организации доведения турпродукта до потребителя;
- в) функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду;
- г) все ответы верны.

16. Схема инвестирования «контракт на управление» заключается во:

- а) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с посреднической функцией финансовой структуры (банка);
- б) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выплатой дивидендов по инвестициям и накопленной стоимости капитала;
- в) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с передачей прав на эксплуатацию и управление инвестору;
- г) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выдачей кредита под залог объекта инвестирования.

2. Примерная тематика рефератов

1. Конкурентоспособность ведущих туристских компаний стран АТР на глобальном рынке.
2. Оценка конкурентных преимуществ Восточноазиатских туристских компаний на местном и глобальном рынке.
3. Стратегия управления конкурентоспособностью туристских компаний стран Юго-Восточной Азии.
4. Критерии, определяющие приоритетные направления деятельности Американских туристских компаний с целью обеспечения конкурентоспособности на рынке.
5. Пути повышения конкурентоспособности национальной туристской индустрии.
6. Показатели конкурентоспособности национального туристического производства на мировом рынке.
7. Анализ возможности участия государства в повышении конкурентоспособности национальной туристической индустрии.
8. Анализ потребительских предпочтений клиентов и методов стимулирования продаж туров как факторы обеспечивающие конкурентоспособность туристских компаний стран Восточной Азии.
9. Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках.
10. Маркетинг рынка потребителей туров.
11. Виды маркетинга. Анализ факторов влияющих на туристский спрос.
12. Виды спроса на туристский продукт.
13. Формирование ассортимента турпродуктов.
14. Виды и типы рекламных технологий.
15. PR-акции, как инструмент продвижения товаров.
16. Стимулирование потребителей.
17. Виды и типы брендов.

18. Методика составления эмоциональных брендов туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.

3. Примеры заданий для самостоятельной работы

- проведение анализа инновационных программ в организации эмоциональных услуг для туристских рынков;
- подготовка информационно-аналитических сообщений и т.д;
- решение тематических кейсов;
- основные участники туристского рынка;
- конкуренция на рынке туризма;
- определение туристско-рекреационных ресурсов;
 - основные направления, определяющие перспективы инновационной проектной деятельности в сфере туризма;
- специфические особенности инновационных процессов в туристской индустрии;
- основные рекомендации по созданию конкурентоспособного продукта культурно-познавательного туризма;
- маркетинговые инновации в туристской индустрии.

4. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Туристский рынок Азиатско-Тихоокеанского региона»

1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.
2. Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка.
3. Функционирование экономических законов в туризме.
4. Функции туристского рынка.
5. Субъекты туристского рынка.
6. Понятие емкости туристского рынка.
7. Понятие объема реализации отдельных туров.
8. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.
9. Механизм функционирования туристского рынка.
10. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой.
11. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.
12. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.
13. Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков.
14. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, национальном и мировом уровне.
15. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка.
16. Первичные и вторичные факторы сезонности туристских рынков.
17. Коэффициент сезонности туристских рынков.
18. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.
19. Сегментация туристского рынка.
20. Анализ критериев сегментирования туристских рынков.
21. Четыре географические зоны сегментирования.
22. Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков.

23. Признаки социального критерия сегментирования.
24. Признаки психологического критерия сегментирования.
25. Виды и типы клиентов.
26. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках.
27. Фактор свободного времени населения как опосредованный фактор сегментирования туристского рынка.
28. Выбор целевых сегментов рынка.
29. Определение целевых туристских рынков.
30. Критерии целевых туристских рынков.
31. Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков.
32. Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности.
33. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ.
34. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках.
35. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках.
36. Действие экономических законов на целевых туристских рынках.
37. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара.
42. Статистические источники информации.
43. Показатели мониторинга туристского рынка.
44. Оценка экономической роли туризма.
45. Международный опыт оценки экономической роли туризма

Методические рекомендации по организации работы обучающихся во время проведения лекционных занятий

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу. Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от обучающегося требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая понять глубинные процессы развития изучаемого предмета.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность обучающегося. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим занятиям)

Подготовку к каждому практическому занятию обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения

информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения обучающихся. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим обучающимся. В целях контроля подготовленности обучающихся и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару обучающиеся имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем обучающиеся вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Методические рекомендации по работе с литературой

Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала.

Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;
- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого обучающийся знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции.

Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна.

Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тетрадей-конспектов. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы).

Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать _____ свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим обучающимся.

Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Для углубления, расширения и детализирования полученных знаний обучающимся отводятся часы на самостоятельную работу. Самостоятельная работа предполагает более глубокое освоение учебной программы. Она формирует навыки исследовательской работы и ориентирует обучающихся на выработку умений применять теоретические навыки на практике.

Самостоятельную работу лучше всего планомерно осуществлять весь семестр, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Это может быть конспектирование и работа с книгой, документами, первоисточниками; доработка и оформление записей по лекционному материалу; проработка материала по учебникам, учебным пособиям и другим источниками информации и др.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает самостоятельную подготовку к занятиям (изучение лекционного материала, чтение рекомендуемой литературы, подготовка ответов на тестовые задания, решение задач, анализ деловых ситуаций, подготовка реферата (эссе) по основным проблемным вопросам изучаемой дисциплины), подготовку к контрольной работе.

В рамках самостоятельной работы по дисциплине также осуществляется подготовка рефератов, эссе, докладов и выполнение контрольных работ.

Организация самостоятельной работы обучающихся предполагает выполнение аналитической работы, которая является одной из форм творческой работы обучающихся. Цель выполнения состоит в том, чтобы научить обучающихся связывать теорию с практикой, привить умение разрабатывать планы развития, рассчитывать различные показатели и строить на основе их анализа прогнозы, исследовать сложившуюся ситуацию и предлагать пути решения проблем. Элементы творчества являются обязательными при написании эссе и выполнению контрольной работы.

Самостоятельная работа обучающихся в части эссе, домашних заданий реализуется на соответствующих занятиях в виде докладов-презентаций продолжительностью 5-10 минут с последующим обсуждением – дискуссией и выставлением оценки по 100 бальной шкале. В дискуссионной форме проходит обсуждение докладов и презентаций. Вносятся необходимые коррективы и проводится подготовка к выступлениям на конференции или форуме и опубликованию научных статей. Стимулом для использования элементов научного поиска при изучении дисциплины является повышенный рейтинг при оценке отдельных видов самостоятельной работы.

Для привлечения обучающихся к самостоятельной творческой деятельности используются следующие формы и методы:

- элементы творчества являются обязательными при написании реферата по дисциплине
- авторы лучших работ рекомендуются для участия в ежегодно проводимой кафедрой научно-практической конференции и конкурсе на лучшую студенческую научную работу.

Методические рекомендации по подготовке реферата

Реферат – первая ступень на пути освоения навыков проведения научно-исследовательской работы. Реферат является необходимым элементом самостоятельной работы обучающихся. Прежде чем проводить исследование, необходимо сориентироваться в проблеме и ознакомиться с опубликованными научными данными. Для этого и служит реферат, так как это работа с источниками информации по анализу, сравнению и обобщению данных, полученными другими исследователями по выбранной теме. Важно, что в процессе написания реферата формируется собственный взгляд на проблему. Реферат акцентирует внимание на новых сведениях и определяет целесообразность обращения к данной теме. Работа должна быть посвящена углубленному анализу одной из изучаемых тем, причем важно обратить внимание на прикладной аспект выбранной тематики, то есть теоретический материал необходимо подкреплять экспериментальными данными, практическими ситуациями, примерами.

Для написания реферата необходимо использовать материал одного – трех учебников и монографий, двух - пяти периодических изданий (журналов, газет). В целом для подготовки реферата должно быть использовано не менее пяти литературных источников.

Содержание реферата ни в коем случае не должно воспроизводить или повторять содержание соответствующей лекции или глав учебника, а должно являться их продолжением и развитием. Выбирая тему реферата, исходите из своих личных научных интересов и потребностей, а также из реальных возможностей найти и изучить соответствующую литературу. Поощряются творчество в выборе темы реферата и самостоятельный поиск соответствующей литературы, при этом все же выбранная тема по содержанию не должна выходить за рамки учебного курса. Рефераты по иной тематике не засчитываются.

Структура реферата

Реферат содержит название, содержание, введение, основную часть, выводы, заключение и список использованных источников.

Название реферата располагается на первом (титульном) листе. В названии должна быть отражена суть рассматриваемой проблемы. В нем содержатся ключевые слова (наименования понятий, явлений), связанные с изучаемой проблемой, и указания на тематические рамки, которыми вы собираетесь ограничиться в работе.

Содержание помещается на второй странице реферата и отражает его структуру.

Введение начинается с третьей страницы и должно освещать следующие вопросы:

- актуальность выбранной проблемы с точки зрения современной науки;
- выявление проблемы, освещаемой в основной части реферата;
- определение цели и задач данной работы.

Цель реферата может заключаться в том, чтобы обобщить или сравнить различные подходы к рассмотрению проблемы, выявить наименее или наиболее изученные ее стороны, показать основной смысл исследовательского направления, наметить пути его дальнейшего развития. Задачи (их может быть несколько) отражают более детальное рассмотрение цели. В качестве задач могут выступать: анализ литературы по избранной теме, сравнение различных подходов к решению проблемы, исторический обзор, описание основных понятий исследования.

В основной части реферата излагается предмет, которому посвящена тема работы. Она должна быть построена связно, последовательно раскрывая основные вопросы, касающиеся предмета исследования. Материал основной части целесообразно разделить на три примерно равные по объему части, но при этом в плане желательно отразить внутреннюю структуру каждой части, т.е. выделить в пунктах плана подпункты. Эти части должны иметь названия, зафиксированные в «Содержании» с отметкой соответствующей страницы, с которой начинается данная часть материала. Материал должен быть изложен строго по плану. Желательно, чтобы конкретные примеры, иллюстрирующие теоретический материал, представляли российский опыт.

После определений, раскрытия научных теорий, приведения статистических данных, необходимо делать ссылки на первоисточники сразу по тексту, после приведения соответствующей информации.

Выводы завершают основную часть. В них кратко излагаются основные результаты работы по пунктам, соответствующим задачам исследования и отражается ваше мнение о результатах сравнения или обобщения позиций авторов. В выводах должно быть показано, что цель вашего исследования достигнута.

Список использованных источников. Поиск необходимой научной литературы является важнейшей частью выработки навыков самостоятельной научной работы обучающегося и базовой основой любого научного исследования. Для этого требуется умение поиска информации по темам, ключевым словам и фамилиям авторов в библиотеке.

Просматривая выбранную книгу, статью, монографию, автореферат диссертации, обратите внимание, на какие источники ссылается автор, возможно, их тоже стоит проанализировать.

Общие требования к языку и стилю реферата

Реферат является жанром, который относится к научному стилю. Для данного стиля характерна монологическая форма изложения, употребление специальной лексики (терминологии) и фразеологии.

Логика изложения материала предполагает использование сложных синтаксических конструкций, между которыми создается упорядоченная связь. Чаще всего для такой связи употребляются вводные слова и словосочетания.

1. Например, вводные конструкции, указывающие на связь мыслей:

во-первых, во-вторых, в-третьих, с одной стороны, с другой стороны, следовательно, таким образом, кроме того, итак... и др.

2. Вводные конструкции, указывающие на способы оформления мысли: иными словами, точнее, словом... и др.

3. Вводные слова, указывающие на источник сообщения: по мнению..., по сведениям..., по данным..., на наш взгляд... и др.

Стилевые черты, точность, научность, доказательность, исключают использование эмоциональной лексики. Стиль научного сообщения должен быть сухим, отстраненным, четким, по возможности без личностного отношения к излагаемому материалу.

Требование к соблюдению научного стиля касается и употребления множественного числа вместо единственного для оформления речи того, от лица кого ведется монолог:

Например:

Целью нашего исследования является...

Нами сформулированы следующие задачи...

Нам представляется более убедительной следующая точка зрения...

Оформляя свою работу, нужно помнить, что соответствие стилю научной работы, грамотное оформление, отсутствие речевых и грамматических ошибок, обязательное условие вашего успеха.

Правила оформления реферата

Рефераты должны быть выполнены на компьютере 14 шрифтом типа TimesNewRoman при полуторном межстрочном интервале. Выравнивание текста по ширине.

Каждая страница текста имеет поля: размер левого поля – 30 мм, правого – 10 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым и равен 1,25 (по линейке).

Титульный лист является первой страницей работы (номер на титульном листе не ставится) и заполняется по строго определенным правилам. На титульном листе последовательно, сверху вниз помещаются следующие реквизиты (жирным не выделяется):

- полное наименование учебного заведения;
- кафедра;
- специальность;
- название дисциплины;
- тема работы (слово «тема» не пишется, само название набирается заглавными буквами 14 шрифтом типа TimesNewRoman);
- сведения об исполнителе;
- местонахождение вуза (г. Южно-Сахалинск);
- год написания работы (слово «год» не пишется)

Нумерация страниц начинается с содержания, которое обозначается цифрой 2. Далее весь последующий объем работы, включая список использованных источников и приложения, нумеруется по порядку до последней страницы. Порядковый номер печатается снизу в правом углу.

Содержание отражает структуру работы и помещается после титульного листа. В содержании приводятся все разделы (главы) и подразделы (параграфы) работы, пронумерованные арабскими цифрами, и указываются страницы, с которых они начинаются.

Содержание, введение, каждую главу, заключение, список использованных источников, каждое приложение следует начинать с новой страницы. Параграфы продолжаются на текущей странице. Заголовки параграфов отделяются от основного текста пропуском строки. После заголовка на странице не должно быть менее трех строк текста, в противном случае надо начать текст вместе с заголовком на следующей странице. Все заголовки начинаются с заглавной буквы, точка в конце заголовка не ставится. Перенос слов в заголовках недопустим. Заголовки отделяются от основного текста пропуском строки. Заголовки не подчеркивать. Заголовок не должен быть последней строкой на странице.

Методические рекомендации по подготовке доклада с презентаций

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. Строеение 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. (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.

Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета/экзамена

Подготовка к экзамену способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, обучающийся ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На экзамене обучающийся демонстрирует то, что он приобрел в процессе изучения дисциплины. В условиях применяемой СахГУ балльно-рейтинговой системы подготовка к экзамену включает в себя самостоятельную и аудиторную работу обучающегося в течение всего периода изучения дисциплины и непосредственную подготовку в дни, предшествующие экзамену по разделам и темам дисциплины.

При подготовке к экзамену обучающимся целесообразно использовать не только материалы лекций, а и рекомендованные преподавателем правовые акты, основную и дополнительную литературу.

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
№ _____ от _____

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

(Изменения и дополнения в РПД вносятся ежегодно и оформляются в данной форме. Изменения вносятся заменой отдельных листов (старый лист при этом цветным маркером перечеркивается, а новый лист с изменением степлером прикалывается к рабочей программе (хранится на кафедре), в электронной форме РПД должна быть актуализированной всегда, т.е. с внесенными изменениями.

При наличии большого количества изменений и поправок, затрудняющих понимание, возникших в связи с изменением нормативной базы ВО и другим причинам, проводится полный пересмотр РПД (т.е. выпускается новая РПД), которая проходит все стадии проверки и утверждения).

в рабочей программе (модуле) дисциплины _____
(название дисциплины)
по направлению подготовки (специальности) _____

на 20__/20__ учебный год

1. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)

- 1.1.;
- 1.2.;
- ...
- 1.9.

2. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)

- 2.1.;
- 2.2.;
- ...
- 2.9.

3. В _____ вносятся следующие изменения:
(элемент рабочей программы)

- 3.1.;
- 3.2.;
- ...
- 3.9.

Составитель
дата

подпись

расшифровка подписи

Зав. кафедрой

подпись

расшифровка подписи