

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Горно-Алтайский государственный университет»
(ФГБОУ ВО ГАГУ, ГАГУ, Горно-Алтайский государственный университет)

Конкурентоспособность туристского предприятия рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Учебный план 43.03.02_2020_830.plx
43.03.02 Туризм
Менеджмент туризма

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе: Виды контроля в семестрах:
экзамены 7
аудиторные занятия 44
самостоятельная работа 27,1
часов на контроль 34,75

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
	15			
Неделя	15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	18	18	18	18
Практические	26	26	26	26
Консультации (для студента)	0,9	0,9	0,9	0,9
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,25	0,25	0,25	0,25
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
Итого ауд.	44	44	44	44
Контактная работа	46,15	46,15	46,15	46,15
Сам. работа	27,1	27,1	27,1	27,1
Часы на контроль	34,75	34,75	34,75	34,75
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., зав. кафедрой, Куттубаева Тосканай Айтмуқановна



Рабочая программа дисциплины

Конкурентоспособность туристского предприятия

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №516)

составлена на основании учебного плана:

43.03.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 30.01.2020 протокол № 1.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 21.05.2020 протокол № 10

Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна



Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2021 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2022 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от 02 июня 2023 г. № 11
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2024 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	<i>Цели:</i> формирование комплекса теоретических знаний о содержании конкуренции, конкурентоспособности туристского предприятия, конкурентных стратегий, методах их формирования и реализации; формирование навыков оценки конкурентоспособности туристского предприятия.
1.2	<i>Задачи:</i> - формирование знаний, умений и навыков по принятию управленческих решений по повышению конкурентоспособности туристского предприятия на основе оценки его конкурентоспособности и диагностики конкурентной среды; - формирование знаний, умений и навыков по управлению конкурентоспособностью туристского предприятия; - формирование знаний, умений и навыков по применению современных методов и технологии в управлении конкурентоспособностью туристского предприятия.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Управление предприятием гостиничного бизнеса
2.1.2	Маркетинг в туризме
2.1.3	Менеджмент в туризме
2.1.4	Экономика и предпринимательство в сфере туризма
2.1.5	Экономика туризма
2.1.6	Деятельность службы приема и размещения туристского предприятия
2.1.7	Деятельность административно-хозяйственной службы туристского предприятия
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Междисциплинарный проект "Повышение конкурентоспособности предприятия"
2.2.2	Стратегический менеджмент в туризме
2.2.3	Инновационный менеджмент в туризме

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1: Способен осуществлять количественный и качественный анализ информации при принятии управленческих решений по управлению туристским бизнесом

ИД-1.ПК-1: Осуществляет выбор необходимой информации при управлении туристским и гостиничным бизнесом

Знать:

- основные понятия и показатели конкурентоспособности, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности туристского предприятия;
- основные составляющие конкурентной среды туристского предприятия.

Уметь:

- осуществлять выбор необходимой информации для анализа конкурентной среды туристского предприятия.

Владеть:

- навыками сбора, выбора и анализа информации, необходимой для оценки конкурентной среды туристского предприятия.

ИД-3.ПК-1: Принимает управленческие решения по повышению эффективности туристского и гостиничного бизнеса на основе анализа информации

Знать:

- основные понятия и показатели конкурентоспособности, факторы, оказывающие влияние на уровень конкурентоспособности туристского предприятия;
- основные составляющие конкурентной среды туристского предприятия.

Уметь:

- разрабатывать варианты управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия и обосновывать их выбор.

Владеть:

- навыками принятия управленческих решений в области обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия.

ПК-2: Способен организовать и управлять деятельностью предприятия туристского бизнеса и его отдельных функциональных подразделений

ИД-1.ПК-2: Осуществляет планирование и организацию деятельности предприятия туристского и гостиничного бизнеса и его отдельных функциональных подразделений
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать систему мероприятий по повышению конкурентоспособности туристского предприятия.
<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами выбора эффективных мероприятий по повышению конкурентоспособности организации.
ИД-2.ПК-2: Применяет современные методы и технологии в управлении деятельностью предприятия туристского и гостиничного бизнеса и его отдельных функциональных подразделений
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы и технологии управления конкурентоспособностью туристского предприятия; - методы анализа конкурентной среды и оценки конкурентоспособности туристского предприятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять современные методы и технологии в управлении деятельностью туристского предприятия. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами оценки конкурентоспособности туристского предприятия; - методами анализа конкурентной среды туристского предприятия; - методами и технологиями управления конкурентоспособностью туристского предприятия.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия						

1.1	<p>Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-беседа или «диалог с аудиторией»)</p> <p>Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность». Общая характеристика критериев конкурентоспособности. Классические теории конкуренции и конкурентных отношений: А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршал, Й. Шумпетер, Ф. Хайек.</p> <p>Современные теории конкуренции: М. Портер, М. Трейси, Ф. Вирсема, Дж. Ф. Мур, и др.</p> <p>Иерархия конкурентоспособности: конкурентоспособность как показатель развития экономической системы (подход Г. Азоева и А. Челенкова); национальная конкурентоспособность; конкурентоспособность регионов и отраслей; конкурентоспособность предприятия; конкурентоспособность товара. Модели управления конкурентоспособностью.</p> <p>Конкурентоспособность туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия.</p> <p>/Лек/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.2	<p>Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: эссе, дискуссия</p> <p>План занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обсуждение вопросов по теме 2. Семинар - дискуссия по эссе на темы «Особенности конкуренции на туристском рынке в современных условиях» и «Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия». <p>/Пр/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
1.3	<p>Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к практическому занятию (изучение основной и дополнительной литературы) 2. Подготовка эссе 3. Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, эссе, выполнение итоговой контрольной работы /Ср/</p>	7	3	ИД-1.ПК-1	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 2. Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия						

2.1	<p>Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-беседа или «диалог с аудиторией»)</p> <p>Понятие и основные составляющие конкурентной среды. Особенности конкурентной среды туристского предприятия. Цель и задачи исследования отрасли при проведении оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия. Основные этапы исследования конкурентной среды предприятия. Выявление непосредственных конкурентов предприятия. Сегментация конкурентов с учетом цены и качества продукции (услуг). Проблема дефицита информации о конкурентах. Необходимый минимум информации о конкурентах. Общедоступные и специальные источники информации о конкурентной среде туристского предприятия. Методы диагностики конкурентной среды туристского предприятия.</p> <p>/Лек/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.2	<p>Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия</p> <p>План занятий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обсуждение вопросов по теме 2. Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия» 1 этап – «Анализ конкурентной среды туристского предприятия» /Пр/ 	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
2.3	<p>Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к практическому занятию и деловой игре (изучение основной и дополнительной литературы) 2. Подготовка реферата 3. Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, участие в деловой игре, реферат, выполнение итоговой контрольной работы /Ср/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 3. Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия						

3.1	<p>Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-беседа или «диалог с аудиторией»)</p> <p>Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия». Виды конкурентоспособности предприятия. Показатели конкурентоспособности туристского предприятия. Методы оценки конкурентоспособности туристского предприятия. Оценка конкурентной позиции предприятия на рынке. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе рейтинговой оценки. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе расчета рыночной доли. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе нормы потребительной стоимости. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе теории эффективной конкуренции. Метод оценки конкурентоспособности предприятия на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования. Многоугольник конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе SWOT-анализа.</p> <p>/Лек/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
3.2	<p>Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия, решение практических задач</p> <p>План занятий:</p> <p>1. Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия» 2 этап – «Оценка конкурентоспособности туристского предприятия»</p> <p>2. Обсуждение вопросов по теме</p> <p>3. Практикум «Расчет показателей конкурентоспособности предприятия»</p> <p>/Пр/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

3.3	<p>Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к практическому занятию и деловой игре (изучение основной и дополнительной литературы) 2. Самостоятельное решение задач 3. Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, участие в деловой игре, решение задач, выполнение итоговой контрольной работы /Ср/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 4. Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия						
4.1	<p>Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-дискуссия)</p> <p>Понятие и свойства конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ. Модель пяти сил конкуренции Портера. Влияние входных барьеров на конкурентные преимущества. Влияние поставщиков продукции на конкурентные преимущества. Влияние потребителей продукции на конкурентные преимущества. Влияние товаров-заменителей на конкурентные преимущества. Пути достижения и поддержания конкурентного преимущества предприятия.</p> <p>Конкурентный статус предприятия: понятие, оценка уровня. Типы конкурентного статуса предприятия.</p> <p>Построение конкурентной карты рынка.</p> <p>/Лек/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
4.2	<p>Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия, решение практических задач</p> <p>План занятий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия» 3 этап – «Формирование совокупности конкурентных преимуществ для туристского предприятия» 2. Обсуждение вопросов по теме 3. Практикум «Оценка уровня конкурентного статуса предприятия» <p>/Пр/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

4.3	<p>Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к практическому занятию и деловой игре (изучение основной и дополнительной литературы) 2. Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, участие в деловой игре, выполнение итоговой контрольной работы /Ср/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 5. Тема 5. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия						
5.1	<p>Тема 5. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-визуализация (лекция с использованием презентации в MS Power Point))</p> <p>Выбор базовой стратегии конкуренции. Адаптация стратегий конкуренции к особенностям рынка. SWOT-анализ, портфельный анализ (анализ товарного ассортимента) компании как основа выбора конкурентной стратегии. Классификация конкурентных стратегий. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.</p> <p>Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову. Стратегия снижения издержек, стратегия дифференциации продукции, стратегия фокусирования (сегментирования рынка): преимущества, необходимые рыночные условия, требования к организации производства и управления, дестабилизирующие факторы.</p> <p>Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для туристского предприятия. Конкурентные стратегии на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.</p> <p>/Лек/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

5.2	<p>Тема 5. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия, анализ конкретных ситуаций</p> <p>План занятий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия» 4 этап – «Разработка матрицы обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия» 2. Анализ конкретных ситуаций «Оценка конкурентной стратегии предприятия» 3. Обсуждение вопросов по теме /Пр/ 	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
5.3	<p>Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к практическому занятию и деловой игре (изучение основной и дополнительной литературы) 2. Подготовка конспектов 3. Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, участие в деловой игре, выполнение итоговой контрольной работы, конспект /Ср/</p>	7	4	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 6. Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия						
6.1	<p>Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-визуализация (лекция с использованием презентации в MS Power Point))</p> <p>Комплексная модель управления конкурентоспособностью туристского предприятия. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью предприятия: выбор целевых сегментов с целью эффективного позиционирования, выбор особых методов удовлетворения потребностей потребителей, управление продуктовым портфелем и соперничества с конкурентами на них.</p> <p>Технологии управления конкурентоспособностью предприятия на основе внедрения технологических, продуктовых, организационных инноваций. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия.</p> <p>/Лек/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	

6.2	<p>Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия, доклад</p> <p>План занятия:</p> <ol style="list-style-type: none"> Обсуждение докладов на темы «Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия». «Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия», «Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью предприятия». Обсуждение результатов самостоятельного задания «Оценка эффективности алгоритма управления конкурентоспособностью предприятия» Обсуждение вопросов по теме /Пр/ 	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
6.3	<p>Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> Подготовка к практическому занятию (изучение основной и дополнительной литературы) Подготовка докладов Выполнение задания задания «Оценка эффективности алгоритма управления конкурентоспособностью предприятия» Подготовка к итоговой контрольной работе <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, доклад, выполнение итоговой контрольной работы, письменная работа /Ср/</p>	7	6	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	<p>Раздел 7. Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия</p>						

7.1	<p>Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Интерактивная лекция (Лекция-визуализация (лекция с использованием презентации в MS Power Point))</p> <p>Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия. Концепция разработки и основные элементы программы повышения конкурентоспособности предприятия. Предпосылки разработки программ повышения конкурентоспособности предприятия. Средства повышения конкурентоспособности предприятия. Этапы разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия. Факторы успеха программы повышения конкурентоспособности предприятия. Оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности туристского предприятия. Переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий. /Лек/</p>	7	2	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
7.2	<p>Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Образовательные технологии: деловая игра, работа в малых группах, дискуссия</p> <p>План занятий:</p> <p>1. Комплексная деловая игра «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности туристского предприятия» 5 этап – «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности» и 6 этап - «Обоснование и презентация программы повышения конкурентоспособности предприятия».</p> <p>2. Обсуждение вопросов по теме</p> <p>2. Итоговая контрольная работа (тест) /Пр/</p>	7	5	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
7.3	<p>Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка к практическому занятию и деловой игре (изучение основной и дополнительной литературы)</p> <p>2. Подготовка к итоговой контрольной работе</p> <p>Формы отчетности: выполнение плана практического занятия, участие в деловой игре, выполнение итоговой контрольной работы, конспект /Ср/</p>	7	4,1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
	Раздел 8. Итоговая контрольная работа						

8.1	Итоговая контрольная работа Образовательные технологий: тестирование в системе Moodle, выполнение практических заданий План занятия: 1. Выполнение теста в в системе Moodle 2. Выполнение контрольных практических заданий /Пр/	7	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 9. Консультации							
9.1	Консультация по дисциплине /Конс/	7	0,9	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
Раздел 10. Промежуточная аттестация (экзамен)							
10.1	Подготовка к экзамену /Экзамен/	7	34,75	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	0	
10.2	Контроль СР /КСРАтт/	7	0,25	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2		0	
10.3	Контактная работа /КонсЭж/	7	1	ИД-1.ПК-1 ИД-3.ПК-1 ИД-1.ПК-2 ИД-2.ПК-2		0	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Пояснительная записка

Фонд оценочных средств формируется отдельным документом в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в Горно-Алтайском государственном университете

5.2. Оценочные средства для текущего контроля

Примерные тесты для проведения итоговой контрольной работы по дисциплине:

Тест «Выберите верный вариант ответа»

1. Понятие «конкуренции» означает:

- а) освобождение экономики от дефицита товаров и услуг;
- б) ситуация, при которой происходит превращение экономики в эффективную функционирующую систему;
- в) соперничество, борьба между организациями, отраслями, регионами за достижение лучших результатов.

2. Упорядочите основные типы рынка по степени возрастания развитости конкуренции:

- а) чистая конкуренция;
- б) олигополия;
- в) монополия;
- г) монополистическая конкуренция.

3. Обобщающий показатель интенсивности конкуренции определяется:

- а) индексом Херфиндала;
- б) на основе частных показателей интенсивности конкуренции, рассчитанных по рыночной доле, темпам роста рынка и рентабельности рынка;
- в) на основе частных показателей интенсивности конкуренции, рассчитанных по рыночной доле, количеству конкурентов в отрасли и динамике прибыли в отрасли

4. Конкурентное преимущество – это всё, кроме:

- а) основа успешной деятельности компании на рынке конкретного товара;
- б) некоторая комбинация большей потребительной ценности и меньших издержек по её доставке;
- в) способность бизнеса организации реагировать на изменения внешних условий при реализации концепции раннего предупреждения;
- г) родовые преимущества, связанные с типичным позиционированием, обеспечиваемым за счет относительного превосходства в навыках и ресурсах, имеющихся у организации.

5. Конкурентные преимущества классифицируются следующим образом:

- 1) преимущество по издержкам и преимущество по различию;
 - 2) устойчивое и неустойчивое конкурентное преимущество;
 - 3) операционное и стратегическое конкурентное преимущество;
 - 4) преходящее и постоянное конкурентное преимущество.
- а) 2, 3, 4;
б) 1, 2, 3;
в) 1, 3, 4.
6. Стратегия дифференциации, способствующая формированию конкурентных преимуществ, особенно успешна:
- а) в условиях массового спроса;
б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
в) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.
7. К внешним факторам конкурентоспособности предприятия не относится фактор:
- а) налоговые ставки в стране и регионах;
б) наличие доступных и дешевых природных ресурсов;
в) миссия организации;
г) климатические условия и географическое положение страны или региона;
д) уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране;
е) государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах.
8. К внутренним факторам конкурентоспособности продукции предприятия не относится фактор:
- а) патентоспособность (новизна) и уровень патентно-правовой защиты конструкции (структуры, состав) товара;
б) уровень организации производства, труда и управления у потребителей товара, выпускаемого предприятием;
в) конкурентоспособность персонала организации;
г) прогрессивность информационных технологий;
д) прогрессивность технологических процессов и оборудования;
е) научный уровень системы управления (менеджмента);
ж) обоснованность миссии организации.
9. На «высоту» входного барьера, определяющего вероятность вступления потенциальных конкурентов из других отраслей в конкурентную борьбу на чужом для них рынке не относится фактор:
- а) параметры производственного и маркетингового эффектов масштаба и освоения, характеризующие положение конкурентных товаров на данном рынке;
б) наличие патентов или лицензий на конкурентные товары, сроки действия которых не заканчиваются к моменту выхода на рынок потенциальных конкурентов;
в) существующие предпочтения и преданность потребителей в отношении торговых марок конкурентных товаров;
г) качество или внешний вид товара – заменителя;
д) наличие действующих и/или стоимость создания и обеспечения функционирования новых каналов сбыта, поставок;
е) уровень тарифных и таможенных ограничений.
10. Из перечисленных конкурентных преимуществ предприятия к базовому преимуществу относится:
- а) развитая рыночная инфраструктура страны или региона дислокации предприятия;
б) активы предприятия;
в) высокая квалификация персонала предприятия;
г) допуск на рынок дешевых трудовых, материально-вещественных, информационных и финансовых ресурсов;
д) использование традиционных и проверенных практикой нововведений при модернизации товара или технологий их изготовления и продвижения на рынки.
11. Какими двумя основными свойствами должен обладать продукт, чтобы иметь конкурентные преимущества?
- а) продукт должен быть интересен покупателю настолько, что он готов отдать за него деньги;
б) продукт должен быть новым на рынке;
в) продукт должен быть интересен покупателю более, чем аналогичный или схожий по потребительским качествам продукт, производимый другими фирмами;
г) продукт должен быть хорошо разрекламирован.
12. Назовите три основные стратегии создания конкурентных преимуществ:
- а) расширение номенклатуры товаров;
б) лидерство в цене;
в) концентрация внимания на интересы конкретных потребителей;
г) послепродажное обслуживание и отслеживание проданного товара;
д) дифференциация.
13. Научный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации, позволяющий повысить качество и эффективность управляемых объектов, на основе применения методологии исследования объектов как систем, метод выживания на рынке, метод превращения сложного в простое, восхождения от абстрактного к конкретному – это:

- а) системный подход;
- б) логический подход;
- в) инновационный подход;
- г) комплексный подход;
- д) глобальный подход;
- е) интеграционный подход.

14. Научный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации, ориентированный на активизацию инновационной деятельности в области базовых наукоёмких отраслей, являющихся двигателями развития экономики.

Факторы производства и инвестиций должны быть средствами научно обоснованной инновационной деятельности, а не её целью. Это - ...

- а) системный подход;
- б) логический подход;
- в) инновационный подход;
- г) комплексный подход;
- д) глобальный подход;
- е) интеграционный подход.

15. Конкурентоспособность предприятия – это...

- а) способность удовлетворить требования конкретного потребителя в определенный период времени по показателям качества информации, технического уровня и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию;
- б) способность предприятия выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;
- в) реальная и потенциальная способность предприятия в соответствующих условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов;
- г) полезность предприятия для потребителя.

Контрольные вопросы и задания для текущего контроля по темам курса

Тема 1. Введение в теорию конкуренции и конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение понятию «конкуренция». Что является объектом и субъектом конкуренции? Перечислите виды конкуренции и дайте им краткую характеристику.
2. Раскройте содержание понятия «конкурентоспособность». В чем заключаются функции конкурентоспособности?
3. Раскройте содержание основных типов конкуренции. Приведите примеры.
4. В чем различие ценовой и неценовой конкуренции? Перечислите основные формы неценовой конкуренции и определите их роль.
5. Охарактеризуйте свойства многоуровневости формирования конкурентоспособности субъектов рынка. Приведите примеры.
7. Назовите факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия. Приведите примеры.

Тема 2. Диагностика конкурентной среды туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение конкурентной среде. Назовите основные составляющие конкурентной среды предприятия.
2. В чем заключаются особенности конкурентной среды туристского предприятия?
3. Каковы цель и задачи исследования отрасли при проведении оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия?
4. Охарактеризуйте содержание основных этапов исследования конкурентной среды туристского предприятия.
5. Приведите примеры сегментации конкурентов с учетом цены и качества продукции (услуг).
6. Приведите примеры необходимого минимума информации о конкурентах.
7. В чем заключаются особенности применения специальных источников информации о конкурентной среде туристского предприятия?
8. Дайте характеристику методам диагностики конкурентной среды туристского предприятия.

Тема 3. Оценка конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Назовите показатели конкурентоспособности туристского предприятия.
2. Дайте характеристику методам оценки конкурентоспособности туристского предприятия. Определите их преимущества и недостатки.
3. Что такое многоугольник конкурентоспособности? Назовите правила его построения.

Тема 4. Формирование конкурентных преимуществ туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определение понятию «конкурентное преимущество». Какие факторы конкурентного преимущества существуют?
2. В чем заключается различие между тактическим и стратегическим факторами конкурентного преимущества? Приведите примеры стратегических факторов конкурентного преимущества.
3. Какими характеристиками должны обладать конкурентные преимущества?
4. Перечислите виды конкурентных преимуществ и их источники. В чем заключается анализ конкурентного преимущества?

5. Охарактеризуйте модель пяти сил конкуренции М. Портера.
6. Что такое «конкурентный статус фирмы»? Назовите типы конкурентного статуса предприятия
7. Что такое «конкурентная карта рынка»? Назовите правила построения конкурентной карты рынка.

Тема 5. Основные стратегии обеспечения конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Дайте определения конкурентной стратегии и стратегии управления конкурентоспособностью предприятия.
2. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкурентного поведения компании в отрасли, предложенные М. Портером.
3. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкуренции предприятия, выделенные А.А. Томпсоном и А.Д. Стриклендом.
4. Назовите виды и дайте характеристику стратегий конкуренции, предложенные Г.Л. Азоевым, А.П. Челенковым.
5. В чем особенности ситуационного проектирования стратегии конкуренции для туристского предприятия?
6. Назовите особенности разработки конкурентных стратегий на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.

Тема 6. Комплексный подход к управлению конкурентоспособностью туристского предприятия

1. В чем заключается управление конкурентоспособностью предприятий? Что является объектом управления в системе управления конкурентоспособностью предприятия?

2. Какие подсистемы включает система управления конкурентоспособностью предприятий? Раскройте содержание каждой подсистемы.

3. В чем заключается управление конкурентоспособностью на основе инноваций и институциональных преобразований? Приведите примеры российской практики.

4. Какими условиями обеспечивается технологическая конкурентоспособность? Раскройте содержание каждого из условий и приведите примеры.

5. Раскройте сущность этапов процесса управления конкурентоспособностью предприятия. Какова последовательность принятия решений по управлению конкурентоспособностью предприятия?

Тема 7. Разработка и реализация программ повышения конкурентоспособности туристского предприятия

Вопросы и задания для подготовки к практическому занятию:

1. Каковы предпосылки разработки программ повышения конкурентоспособности предприятия?

2. Назовите этапы разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия и охарактеризуйте их содержание.

3. Какие средства и методы можно использовать для повышения конкурентоспособности предприятия?

4. Как проводится оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности туристского предприятия?

5. Каким образом должна быть проведена переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий?

5.3. Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Тематика эссе, докладов, рефератов и конспектов

1. Особенности конкуренции на туристском рынке в современных условиях
2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия
3. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия
4. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия
5. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью предприятия
6. Применение метода бенчмаркинга для оценки конкурентной среды туристского предприятия
7. Ситуационное проектирование стратегии конкуренции для туристского предприятия.
8. Конкурентные стратегии на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.
9. Особенности конкурентной среды туристского предприятия.

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность».
2. Классические теории конкуренции и конкурентных отношений: А. Смит, Д. Рикардо, А. Маршал, Й. Шумпетер, Ф. Хайек.
3. Современные теории конкуренции: М. Портер, М. Трейси, Ф. Вирсема, Дж. Ф. Мур, и др.
4. Иерархия конкурентоспособности: национальная конкурентоспособность; конкурентоспособность регионов и отраслей; конкурентоспособность предприятия; конкурентоспособность товара.
5. Конкурентоспособность туристского предприятия. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия.
6. Понятие и основные составляющие конкурентной среды. Особенности конкурентной среды туристского предприятия.
7. Цель и задачи исследования отрасли при проведении оценки уровня конкурентоспособности туристского предприятия.
8. Основные этапы исследования конкурентной среды предприятия.
9. Методы диагностики конкурентной среды туристского предприятия.
10. Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия». Виды конкурентоспособности предприятия.
11. Показатели конкурентоспособности туристского предприятия.

12. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе рейтинговой оценки.
13. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе расчета рыночной доли.
14. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе нормы потребительной стоимости.
15. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе теории эффективной конкуренции.
16. Метод оценки конкурентоспособности предприятия на основе определения операционной эффективности и стратегического позиционирования.
17. Многоугольник конкурентоспособности.
18. Оценка конкурентоспособности предприятия на основе SWOT-анализа.
19. Понятие и свойства конкурентного преимущества. Виды конкурентных преимуществ.
20. Модель пяти сил конкуренции Портера.
21. Конкурентный статус фирмы: понятие, оценка уровня. Типы конкурентного статуса предприятия. Построение конкурентной карты рынка.
22. Классификация конкурентных стратегий по М. Портеру: стратегия лидерства в минимизации издержек; стратегия дифференциации; стратегии фокусирования.
23. Конкурентные стратегии предприятия по А.А. Томпсону и А.Д. Стрикленду.
24. Стратегии конкуренции по Г.Л. Азоеву, А.П. Челенкову.
25. Конкурентные стратегии на различных этапах жизненного цикла туристского предприятия.
26. Комплексная модель управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
27. Маркетинговые технологии управления конкурентоспособностью туристского предприятия.
28. Технологии управления конкурентоспособностью предприятия на основе внедрения инноваций.
29. Человеческий ресурс как фактор повышения конкурентоспособности туристского предприятия.
30. Системный подход к управлению качеством в целях укрепления конкурентной позиции туристского предприятия.
31. Концепция разработки и основные элементы программы повышения конкурентоспособности предприятия.
32. Этапы разработки программы повышения конкурентоспособности предприятия.
33. Оценка экономического эффекта мероприятий по поддержанию и повышению уровня конкурентоспособности туристского предприятия.
34. Переоценка конкурентоспособности предприятия с учетом предложенных мероприятий.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В.	Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	http://www.iprbookshop.ru/81526.html
Л1.2	Артемова С.А.	Основы теории конкурентоспособности: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2015	http://www.iprbookshop.ru/87144.html

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г.	Управление конкурентоспособностью: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	http://www.iprbookshop.ru/79818.html
Л2.2	Головачев А.С.	Экономика организации (предприятия): учебное пособие	Минск: Вышэйшая школа, 2015	http://www.iprbookshop.ru/48023.html

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	MS Office
6.3.1.2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ
6.3.1.3	MS WINDOWS
6.3.1.4	NVDA
6.3.1.5	Яндекс.Браузер
6.3.1.6	LibreOffice

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.2	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»
6.3.2.3	КонсультантПлюс

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

	деловая игра	
	дискуссия	
	лекция-визуализация	
	лекция-беседа или «диалог с аудиторией»	
	подготовка доклада (реферата)	
	подготовка конспекта	
	выполнение практических заданий	
	написание эссе	
	работа в малых группах	

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
301 A1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, компьютер, ученическая доска, презентационная трибуна, подключение к интернету, микрофон, усилительные колонки
317 A2	Компьютерный класс, класс деловых игр, центр (класс) деловых игр, класс имитации деятельности предприятия, лаборатория имитации деятельности предприятия, учебно-тренинговый центр (лаборатория), лаборатория информационно-коммуникативных технологий. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна
317 A2	Компьютерный класс, класс деловых игр, центр (класс) деловых игр, класс имитации деятельности предприятия, лаборатория имитации деятельности предприятия, учебно-тренинговый центр (лаборатория), лаборатория информационно-коммуникативных технологий. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна

317 A2	Компьютерный класс, класс деловых игр, центр (класс) деловых игр, класс имитации деятельности предприятия, лаборатория имитации деятельности предприятия, учебно-тренинговый центр (лаборатория), лаборатория информационно-коммуникативных технологий. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, экран, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна
--------	---	---

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

Методические указания по самостоятельной работе студента

Самостоятельная работа призвана способствовать развитию у студентов творческих навыков, инициативы, умению организовать свое время.

При выполнении плана самостоятельной работы студенту необходимо изучить теоретический материал, представленный в рекомендуемой литературе, творчески его переработать и представить его для отчета в форме, рекомендованной планом самостоятельной работы.

Самостоятельная работа студента должна быть полной, раскрывающей уровень освоения студентом той или иной темы и грамотно оформленной, показывающей творческий и инициативный подход студента к выполнению задания.

Выполненные задания проверяются преподавателем и оцениваются в баллах.

В рамках плана самостоятельной работы по данной дисциплине предусмотрены следующие виды самостоятельной работы:

- подготовка к практическим занятиям. Такая подготовка предусматривает самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, лекционного материала и подготовку ответов на вопросы и выполнение заданий по теме практического занятия;
- подготовка к экзамену предусматривает самостоятельную подготовку студента по экзаменационным вопросам, которые представлены в рабочей программе дисциплины;
- подготовка конспектов по отдельным вопросам курса, рекомендованным для самостоятельного изучения. Конспекты выполняются в соответствии с методическими рекомендациями по их выполнению, которые изложены в настоящих методических указаниях;
- подготовка рефератов и докладов по темам, указанным в плане самостоятельной работы и в плане практических занятий в рабочей программе дисциплины. Требования к содержанию и оформлению рефератов и докладов содержатся в настоящих методических указаниях;
- подготовка к контрольным (проверочным) работам, которые проводятся в разных формах;
- выполнение различных практических работ (практических заданий, ситуационных задач, практических задач).

Методические указания по подготовке рефератов (докладов)

Реферат — письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, представляющая собой краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников.

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания. Содержание реферированного произведения излагается объективно от имени автора.

Структура реферата:

1. Титульный лист
 2. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.
 3. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.
 4. Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.
 5. Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.
 6. Приложение может включать графики, таблицы, расчеты.
 7. Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.
- Список составляется согласно правилам библиографического описания.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата.

Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14,

интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

Методические указания по подготовке конспектов

При подготовке конспектов необходимо использовать различные способы конспектирования, особенности которых раскрываются ниже.

Тезисы — это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала, которые лаконично выражают суть рассматриваемого текста, дают возможность раскрыть его содержание. Приступая к освоению записи в виде тезисов, полезно в самом тексте отмечать места, наиболее четко формулирующие основную мысль, которую автор доказывает (если, конечно, это не библиотечная книга). Часто такой отбор облегчается шрифтовым выделением, сделанным в самом тексте.

Линейно-последовательная запись текста. При конспектировании линейно — последовательным способом целесообразно использование плакатно-оформительских средств, которые включают в себя следующие: сдвиг текста конспекта по горизонтали, по вертикали; выделение жирным (или другим) шрифтом особо значимых слов; использование различных цветов; подчеркивание; заключение в рамку главной информации.

Способ «вопросов - ответов». Он заключается в том, что, поделив страницу тетради пополам вертикальной чертой, конспектирующий в левой части страницы самостоятельно формулирует вопросы или проблемы, затронутые в данном тексте, а в правой части дает ответы на них. Одна из модификаций способа «вопросов - ответов» — таблица, где место вопроса занимает формулировка проблемы, поднятой автором (лектором), а место ответа - решение данной проблемы. Иногда в таблице могут появиться и дополнительные графы: например, «мое мнение» и т.п.

Схема с фрагментами — способ конспектирования, позволяющий ярче выявить структуру текста, — при этом фрагменты текста (опорные слова, словосочетания, пояснения всякого рода) в сочетании с графикой помогают созданию рационально-лаконичного конспекта.

Простая схема — способ конспектирования, близкий к схеме с фрагментами, объяснений к которой конспектирующий не пишет, но должен уметь давать их устно.

Действия при составлении конспекта - схемы могут быть такими: 1. Подберите факты для составления схемы. 2. Выделите среди них основные, общие понятия. 3. Определите ключевые слова, фразы, помогающие раскрыть суть основного понятия. 4. Сгруппируйте факты в логической последовательности. 5. Дайте название выделенным группам. 6. Заполните схему данными.

Комбинированный конспект — вершина овладения рациональным конспектированием. При этом умело используются все перечисленные способы, сочетая их в одном конспекте (один из видов конспекта свободно перетекает в другой в зависимости от конспектируемого текста, от желания и умения конспектирующего). Именно при комбинированном конспекте более всего проявляется уровень подготовки и индивидуальность студента.

Опорный конспект. В опорном конспекте содержание информации «кодируется» с помощью сочетания графических символов, знаков, рисунков, ключевых слов, цифр и т. п.

Методические указания по написанию эссе

Эссе от французского «essai», англ. «essay», «assay» - попытка, проба, очерк; от латинского «exagium» - взвешивание.

Эссе студента - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем (тема может быть предложена и студентом, но обязательно должна быть согласована с преподавателем). Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. Очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса, его обоснование, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы. В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий: причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение (импликацию) исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.