

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Технологии создания и продвижения регионального туристского продукта
рабочая программа дисциплины (модуля)

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

Учебный план 43.04.02_2022_802М-3Ф.plx
43.04.02 Туризм
Организация и управление туристским бизнесом

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах: зачеты 2
в том числе:		
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	59,8	
часов на контроль	3,85	

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	УП	РП		
Лекции	2	2	2	2
Практические	6	6	6	6
Консультации (для студента)	0,2	0,2	0,2	0,2
Контроль самостоятельной работы при проведении аттестации	0,15	0,15	0,15	0,15
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8,35	8,35	8,35	8,35
Сам. работа	59,8	59,8	59,8	59,8
Часы на контроль	3,85	3,85	3,85	3,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

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



Рабочая программа дисциплины

Технологии создания и продвижения регионального туристского продукта

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана:

43.04.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2022 протокол № 5.

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры

кафедра экономики, туризма и прикладной информатики

Протокол от 26.05.2022 протокол № 10/1

Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмухановна



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

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2025 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры **кафедра экономики, туризма и прикладной информатики**

Протокол от _____ 2026 г. № ____
Зав. кафедрой Куттубаева Тосканай Айтмуқановна

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	<i>Цели:</i> формирование систематизированных знаний и практических навыков по применению технологий создания и продвижения регионального туристского продукта.
1.2	<i>Задачи:</i> - формирование у студентов систематизированных знаний сущности, структуры, условий и технологии формирования регионального туристского продукта; - формирование у студентов систематизированных знаний по основным формам и методам продвижения регионального туристского продукта; - формирование практических умений и навыков оценки туристских ресурсов для определения структуры регионального туристского продукта; - формирование практических навыков формирования регионального туристского продукта.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Культурное и природное наследие Горного Алтая
2.1.2	Стратегическое планирование развития регионального туризма
2.1.3	Технология туроператорской и турагентской деятельности
2.1.4	Туристский маркетинг
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Организационно-управленческая практика
2.2.2	Проектная практика
2.2.3	Технологическая практика
2.2.4	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

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

ПК-4: Способен выявлять приоритетные направления в технологиях развития и проектировании в сфере туризма на основе оценки региональных условий и потенциала

ИД-1.ПК-4: Осуществляет оценку региональных условий и потенциала развития сферы туризма для определения приоритетных направлений в технологиях развития и проектирования

Знать:

- сущность и структуру регионального туристского продукта;
- классификацию и методы оценки туристских ресурсов как основы формирования регионального туристского продукта;
- технологии и особенности формирования регионального туристского продукта;
- основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта.

Уметь:

- проводить оценку туристских ресурсов для определения структуры регионального туристского продукта.

Владеть:

- навыками оценки туристских ресурсов для определения структуры регионального туристского продукта.

ИД-2.ПК-4: Определяет приоритетные направления в технологиях развития и проектировании в сфере туризма на основе оценки региональных условий и потенциала

Знать:

- сущность и структуру регионального туристского продукта;
- классификацию и методы оценки туристских ресурсов как основы формирования регионального туристского продукта;
- технологии и особенности формирования регионального туристского продукта;
- основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта.

Уметь:

- проводить оценку туристских ресурсов для определения структуры регионального туристского продукта;
- определять приоритетные направления формирования регионального туристского продукта.

Владеть:

- навыками оценки туристских ресурсов для определения структуры регионального туристского продукта;
- методами и технологиями формирования регионального туристского продукта

ПК-6: Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств

ИД-1.ПК-6: Обосновывает маркетинговую концепцию предприятия сферы туризма с использованием современных информационно-коммуникативных технологий
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и структуру регионального туристского продукта; - технологии и особенности формирования регионального туристского продукта;
<p>- основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ основных направлений политики по продвижению регионального туристского продукта; - разработать мероприятия по продвижению регионального туристского продукта. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки мероприятий по продвижению регионального туристского продукта.
ИД-2.ПК-6: Умеет разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и структуру регионального туристского продукта; - технологии и особенности формирования регионального туристского продукта; - основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ основных направлений политики по продвижению регионального туристского продукта; - разработать мероприятия по продвижению регионального туристского продукта. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки мероприятий по продвижению регионального туристского продукта.
ИД-3.ПК-6: Умеет использовать современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность и структуру регионального туристского продукта; - технологии и особенности формирования регионального туристского продукта; - основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ основных направлений политики по продвижению регионального туристского продукта; - разработать мероприятия по продвижению регионального туристского продукта, в том числе и по продвижению регионального туристского продукта в сети Интернет. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки мероприятий по продвижению регионального туристского продукта, в том числе и по продвижению регионального туристского продукта в сети Интернет.

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. Сущность и структура регионального туристского продукта						

1.1	<p>Тема 1. Сущность и структура регионального туристского продукта</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-дискуссия)</p> <p>Подходы к определению понятий «туристский продукт», «территориальный туристский продукт», «региональный туристский продукт». Формы регионального туристского продукта: воспроизводственная, функциональная, календарная (событийная), пространственная и интегративная. Структура регионального туристского продукта. Уровни регионального туристского продукта. Элементы регионального туристского продукта: базисный продукт региона; дополнительный продукт региона; комплексный продукт региона. /Лек/</p>	2	1	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
1.2	<p>Тема 1. Сущность и структура регионального туристского продукта</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Подготовка сравнительного анализа разных подходов к определению понятий «туристский продукт», «территориальный туристский продукт», «региональный туристский продукт».</p> <p>2. Подготовка конспекта-схемы на тему: Формы регионального туристского продукта: воспроизводственная, функциональная, календарная (событийная), пространственная и интегративная.</p> <p>Формы отчетности: письменная работа, конспект-схема. /Ср/</p>	2	6	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 2. Тема 2. Туристские ресурсы как основа формирования регионального туристского продукта						
2.1	<p>Тема 2. Туристские ресурсы как основа формирования регионального туристского продукта</p> <p>Образовательные технологии: выполнение практического задания, дискуссия</p> <p>1. Составление аналитической таблицы по результатам самостоятельной работы "SWOT-анализ туристских ресурсов Республики Алтай", обсуждение результатов /Пр/</p>	2	2	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

2.2	<p>Тема 2. Туристские ресурсы как основа формирования регионального туристского продукта</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по следующим вопросам темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Характеристика подходов к классификации типов туристских ресурсов. - Роль и значение туристских ресурсов для успешного развития территории. - Основные направления оценки ресурсного потенциала территории. - Роль и значение аттрактивности туристских ресурсов для формирования регионального туристского продукта. - Роль и значение кадастра туристских ресурсов для формирования и продвижения регионального туристского продукта. <p>Подготовка конспекта схемы по одному из вопросов.</p> <p>2. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсов по вопросу "Туристские ресурсы Республики Алтай".</p> <p>Формы отчетности: выполнение задания на практическом занятии, конспект-схема. /Ср/</p>	2	14	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 3. Тема 3. Технология и особенности формирования регионального туристского продукта						
3.1	<p>Тема 3. Технология и особенности формирования регионального туристского продукта</p> <p>Интерактивная лекция (лекция-дискуссия)</p> <p>Процесс формирования регионального туристского продукта. Оценка региональных условий и потенциала развития сферы туризма для определения приоритетных направлений формирования регионального туристского продукта.</p> <p>Особенности формирования функциональной структуры регионального туристского продукта.</p> <p>Особенности формирования структуры регионального туристского продукта.</p> <p>Особенности формирование регионального туристского продукта на различных уровнях. /Лек/</p>	2	1	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
3.2	<p>Тема 3. Технология и особенности формирования регионального туристского продукта</p> <p>Образовательные технологий: выполнение практического задания, презентация, дискуссия</p> <p>1. Выполнение практического задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составьте и обоснуйте функциональную, географическую, событийную структуру регионального туристского продукта Республики Алтай. Обсуждение результатов. /Пр/ 	2	2	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	

3.3	<p>Тема 3. Технология и особенности формирования регионального туристского продукта</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Выполнение практического задания: Проанализируйте региональный туристский продукт Республики Алтай. Дайте характеристику общим и особенным характеристикам регионального туристского продукта Республики Алтай. Сформулируйте конкурентные преимущества регионального туристского продукта Республики Алтай.</p> <p>2. Выполнение практического задания: Определите параметры по которым можно провести позиционирование регионального туристского продукта Республики Алтай среди регионов Сибирского Федерального округа. Проведите позиционирование регионального туристского продукта одного из муниципальных районов Республики Алтай среди других муниципальных образований Республики Алтай.</p> <p>3. Подготовка конспекта на тему Взаимодействие различных структур (туристских предприятий и организаций, региональных органов управления и др.) при формировании регионального туристского продукта. Формы отчетности: письменная работа. /Ср/</p>	2	18	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 4. Тема 4. Основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта						

4.1	<p>Тема 4. Основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта</p> <p>Содержание самостоятельной работы:</p> <p>1. Самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по следующим вопросам темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Основные инструменты маркетинговых коммуникаций продвижения регионального туристского продукта. - Роль выставочной деятельности в продвижении регионального туристского продукта. - Применение информационных технологий в продвижении регионального туристского продукта. - Особенности формирования и реализации рекламной политики продвижения регионального туристского продукта. - Основные направления PR-политики продвижения регионального туристского продукта. - Создание и развитие территориального туристского Интернет-ресурса. - Формирование имиджа регионального туристского продукта. - Особенности формирования и продвижения бренда регионального туристского продукта. <p>Подготовка конспекта-схемы по двум из вопросов.</p> <p>2. Выполнение практического задания: Проведите анализ основных направлений политики по продвижению регионального туристского продукта Республики Алтай.</p> <p>3. Выполнение практического задания: Разработайте концепцию бренда Республики Алтай как туристской территории и комплекс мероприятий по его продвижению. Результаты представьте в виде презентации.</p> <p>Формы отчетности: письменная работа, конспект-схема. /Ср/</p>	2	21,8	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
4.2	<p>Тема 4. Основные формы и методы продвижения регионального туристского продукта</p> <p>Образовательные технологии: выполнение практического задания, дискуссия</p> <p>1. Представление результатов самостоятельной работы по разработке бренда регионального туристского продукта, обсуждение результатов.</p> <p>2. Выполнение практического задания: "По результатам самостоятельной работы, разработайте направления совершенствования политики продвижения регионального туристского продукта Республики Алтай", обсуждение результатов /Пр/</p>	2	2	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
	Раздел 5. Консультации						

5.1	Консультация по дисциплине /Конс/	2	0,2	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
Раздел 6. Промежуточная аттестация (зачёт)							
6.1	Подготовка к зачёту /Зачёт/	2	3,85	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	0	
6.2	Контактная работа /КСРАТт/	2	0,15	ИД-1.ПК-4 ИД-2.ПК-4 ИД-1.ПК-6 ИД-2.ПК-6 ИД-3.ПК-6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3	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

Практические задания для самостоятельной работы и выполнения на практическом занятии:

Задание 1. Подготовка сравнительного анализа разных подходов к определению понятий «туристский продукт», «территориальный туристский продукт», «региональный туристский продукт».

Задание 2. Составление аналитической таблицы по результатам самостоятельной работы "SWOT-анализ туристских ресурсов Республики Алтай", обсуждение результатов

Задание 3. Проанализируйте региональный туристский продукт Республики Алтай. Дайте характеристику общим и особенным характеристикам регионального туристского продукта Республики Алтай. Сформулируйте конкурентные преимущества регионального туристского продукта Республики Алтай.

Задание 4. Определите параметры, по которым можно провести позиционирование регионального туристского продукта Республики Алтай среди регионов Сибирского Федерального округа. Проведите позиционирование регионального туристского продукта одного из муниципальных районов Республики Алтай среди других муниципальных образований Республики Алтай.

Задание 5. Составьте и обоснуйте функциональную, географическую, событийную структуру регионального туристского продукта Республики Алтай. Обсуждение результатов.

Задание 6. Проведите анализ основных направлений политики по продвижению регионального туристского продукта Республики Алтай.

Задание 7. Разработайте концепцию бренда Республики Алтай как туристской территории и комплекс мероприятий по его продвижению. Результаты представьте в виде презентации.

Задание 8. По результатам самостоятельной работы, разработайте направления совершенствования политики продвижения регионального туристского продукта Республики Алтай, обсуждение результатов

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

Темы для подготовки конспектов

1. Формы регионального туристского продукта: воспроизводственная, функциональная, календарная (событийная), пространственная и интегративная.
2. Характеристика подходов к классификации типов туристских ресурсов.
3. Роль и значение туристских ресурсов для успешного развития территории.
4. Основные направления оценки ресурсного потенциала территории.
5. Роль и значение аттрактивности туристских ресурсов для формирования регионального туристского продукта.
6. Роль и значение кадастра туристских ресурсов для формирования и продвижения регионального туристского продукта.
7. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций продвижения регионального туристского продукта.
8. Роль выставочной деятельности в продвижении регионального туристского продукта.
9. Применение информационных технологий в продвижении регионального туристского продукта.
10. Особенности формирования и реализации рекламной политики продвижения регионального туристского продукта.
11. Основные направления PR-политики продвижения регионального туристского продукта.
12. Создание и развитие территориального туристского Интернет-ресурса.
13. Формирование имиджа регионального туристского продукта.
14. Особенности формирования и продвижения бренда регионального туристского продукта.
15. Взаимодействие различных структур (туристских предприятий и организаций, региональных органов управления и др.) при формировании регионального туристского продукта.

5.4. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Подходы к определению понятий «туристский продукт», «территориальный туристский продукт», «региональный туристский продукт».
2. Формы регионального туристского продукта: воспроизводственная, функциональная, календарная (событийная), пространственная и интегративная.
3. Структура регионального туристского продукта.
4. Уровни регионального туристского продукта.
5. Элементы регионального туристского продукта: базисный продукт региона; дополнительный продукт региона; комплексный продукт региона.
6. Характеристика подходов к классификации типов туристских ресурсов.
7. Роль и значение туристских ресурсов для успешного развития территории.
8. Основные направления оценки ресурсного потенциала территории.
9. Особенности психолого-эстетической оценки территории, роль и значение attractiveness туристских ресурсов для формирования регионального туристского продукта.
10. Роль и значение кадастра туристских ресурсов для формирования и продвижения регионального туристского продукта.
11. Процесс формирования регионального туристского продукта.
12. Оценка региональных условий и потенциала развития сферы туризма для определения приоритетных направлений формирования регионального туристского продукта.
13. Особенности формирования функциональной структуры регионального туристского продукта.
14. Особенности формирования структуры регионального туристского продукта.
15. Особенности формирования регионального туристского продукта на различных уровнях.
16. Взаимодействие различных структур (туристских предприятий и организаций, региональных органов управления и др.) при формировании регионального туристского продукта.
17. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций продвижения регионального туристского продукта.
18. Роль выставочной деятельности в продвижении регионального туристского продукта.
19. Применение информационных технологий в продвижении регионального туристского продукта.
20. Особенности формирования и реализации рекламной политики продвижения регионального туристского продукта.
21. Основные направления PR-политики продвижения регионального туристского продукта.
22. Создание и развитие территориального туристского Интернет-ресурса.
23. Формирование имиджа регионального туристского продукта.
24. Особенности формирования и продвижения бренда регионального туристского продукта.

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	Корабейников И.Н., Холодилина Ю.Е.	Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий: учебное пособие	Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016	http://www.iprbookshop.ru/61895.html

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Валеева Е.О.	Развитие индустрии туризма в регионе: учебное пособие	Санкт-Петербург: Астерион, 2008	http://www.iprbookshop.ru/31937
Л2.2	Морозова Н.С.	Формирование и развитие туристского рынка: монография	Москва: Российский новый университет, 2009	http://www.iprbookshop.ru/21332.html
Л2.3	Гировка Н. Н.	Туристско-рекреационные ресурсы территорий: основы организации: учебное пособие	Нижний Новгород: Нижегородский архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019	http://www.iprbookshop.ru/107354.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	КонсультантПлюс
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система IPRbooks
6.3.2.3	База данных «Электронная библиотека Горно-Алтайского государственного университета»

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
	лекция-дискуссия
	выполнение практических заданий
	подготовка конспектов

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)		
Номер аудитории	Назначение	Основное оснащение
221 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. Помещение для самостоятельной работы	Рабочее место преподавателя. Посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся). Интерактивная доска с проектором, компьютер, телевизор, подключение к интернету, ученическая доска, презентационная трибуна, стенды демонстрационные, стулья, 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
107 A1	Учебная аудитория для проведения 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). Экспозиционный зал с витринами. Фондовое помещение с оборудованием (стеллажи) для хранения музейных предметов. Музейные коллекции по археологии и этнографии Алтая. Научно-учетная документация. Шкафы, компьютер, ноутбук, мультимедийный проектор, экран, колонки, принтер

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Методические указания по работе с литературой</p> <p>При изучении курса следует, прежде всего, использовать учебники, учебные пособия, указанные в списке основной и дополнительной литературы. При использовании иной учебной литературы, следует убедиться в актуальности той информации, которая в ней приведена. Прежде всего, необходимо обратить внимание на год выпуска литературы следует использовать литературу не ранее 2012 года издания, предпочтительнее всего 2014 – 2022 года издания как наиболее актуальную.</p> <p>Начиная работу с литературой, студент должен, прежде всего, записать библиографические данные анализируемого источника с учетом требований стандарта к оформлению списка литературы.</p> <p>Методические указания по подготовке конспектов</p> <p>При подготовке конспектов необходимо использовать различные способы конспектирования, особенности которых раскрываются ниже.</p> <p>Тезисы — это кратко сформулированные основные мысли, положения изучаемого материала, которые лаконично</p>

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.