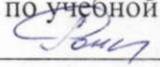


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ТГПУ)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе (декан факультета)
 /И.А. Ромахина/
« 1 » 09 20 12 года

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**М.1.01 Теория и методология социально-экономических исследований в
туристической индустрии**

ТРУДОЕМКОСТЬ (В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ) 2

Направление подготовки	1004600.68 Туризм
Магистерская программа	Инновационные технологии в туристской индустрии
Квалификация (степень) выпускника	Магистр
Форма обучения:	Заочная

1. Цели и задачи дисциплины.

1.1. Цели дисциплины:

раскрыть содержание исследований социально-экономических процессов в туристской индустрии;
рассмотреть методологию социально-экономических исследований.

1.2. Задачи:

- рассмотреть содержание социально-экономических процессов; дать характеристику и раскрыть свойства;
- рассмотреть цели, задачи и условия организации и проведения социально-экономических исследований;
- познакомить обучающихся с методами и методологией исследований;
- выделить отличия методологии социально-экономических исследований в туристской индустрии;

2. Место учебной дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии» относится к блоку общенаучных дисциплин базовой части. Дисциплина призвана сформировать знания теории и методологии организации и проведения исследований.

Исследования составляет основу научной деятельности магистра. В связи с чем, формирование знаний методологии и методики научного исследования относят к базовым.

3. Требования к уровню освоения программы.

Общекультурные компетенции:

- способностью совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться совершенствования собственной личности, раскрытия творческого потенциала (ОК-1);
- способностью к поиску и самостоятельному обучению новым методам исследования, возможному изменению научного и научно-практического профиля профессиональной деятельности, изменению социокультурных условий (ОК-2);
- способностью выявлять и оценивать основные проблемы в своей профессиональной области, при решении которых требуется постановка сложных задач, требующих широкого методологического инструментария, в том числе с применением количественных и качественных методов измерения, методов индукции и дедукции, и т.п. (ОК-14);
- готовностью вести экспериментальную работу и проводить полевые исследования, объективно оценивать результаты исследований и внедрять их (ОК-16);
- способностью находить, обобщать, анализировать, синтезировать и критически переосмысливать полученную научную, справочную, статистическую и иную информацию (ОК-17);

Профессиональные компетенции:

- готовностью применять методы анализа, разработки и поиска решений в деятельности предприятий туристской индустрии (ПК-3);
- способностью к мониторингу и оценке эффективности процессов в туристской индустрии (ПК-4);
- способностью ставить задачи и выбирать методы исследования, интерпретировать и представлять результаты научных исследований в сфере туризма (ПК-12);

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии;
- методы исследований;
- основные источники методологии изучения экономики и социологии;
- процесс подготовки и проведения исследований;

Уметь:

- организовать исследование социально-экономической среды и факторов влияния;
- применить подходы и методы исследования на практике;
- обосновать цели исследования и составить отчет проведенного исследования.

Овладение навыками:

- исследователя социально-экономических процессов, условий и факторов, который организует, проводит мероприятия по сбору и обработке информации. А также составляет отчет, делает выводы и дает рекомендации по решению поставленной задачи.

4. Общая трудоемкость дисциплины 2 зачетных единиц и виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом) (час)	Распределение по семестрам (в соответствии с учебным планом) (час)	
		1	2
Аудиторные занятия	10	10	
Лекции	2	2	
Практические занятия	8	8	
Семинары			
Лабораторные работы			
Другие виды аудиторных работ			
Другие виды работ			
Самостоятельная работа	62	62	
Курсовой проект(работа)			
Реферат			
Общая трудоемкость	72	72	
Формы текущего контроля			
Формы промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом	Экзамен	Экзамен	

5. Содержание программы учебной дисциплины:

5.1. Содержание учебной дисциплины

№ п /п	Наименование раздела дисциплины (темы)	Аудиторные часы					Самостоятельная работа (час)
		ВСЕГО	лекции	практические (семинары)	лабораторные работы	В т.ч. интерактивные формы обучения (не менее 40%)	
1.	Понятие социально-экономических процессов	3	1	2		1	10
2.	Методы и методология исследований	4	1	2		2	26
3.	Методы и методология маркетинговых исследований	4	0	4		1	26
	ИТОГО	10 ч./2 зач. ед	2	8		4 час. /40,0 %	62

5.2 Содержание разделов дисциплины:

Раздел 1. Понятие социально-экономических процессов

Понятие социально-экономических процессов. Их виды. Их характеристика. Классификации.

Раздел 2 Методы и методология исследований

Понятие метода. Понятие методологии и методики: сравнительная характеристика. Общенаучные и профессиональные (специальные) методы исследования

Раздел 3. Международные экономические договоры. Структура международного коммерческого контракта

Понятие маркетинговых исследований. Особенности маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований.

5.3 Лабораторный практикум - не предусмотрен

6. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

6.1. Рекомендуемая литература.

а) основная литература:

1. Колодий, Наталия Андреевна. Социально-антропологические исследования в туризме =Socio-anthropological studies of tourism. Учебное пособие/Н. А. Колодий ; Институт культуры и глобализации Ольборгского университета.-Томск:Издательство ТПУ,2011.- 170 с

б) дополнительная литература:

1. Григорьев, Святослав Иванович. Социология. Основы модернизации социального знания:учебник для вузов/С. И. Григорьев, Л. Г. Гуслякова, С. А. Гусова.- М.:Гардарики,2006.-235 с.
2. Токарев, Борис Евгеньевич. Методы сбора и использования маркетинговой информации:[учебно-практическое пособие]/Б. Е. Токарев.-М.:Экономистъ,2004.-254 с.

6.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Тестовые материалы.
Обучающие слайды

6.4. Материально-техническое обеспечение дисциплины

№ п/п	Наименование раздела (темы) учебной Дисциплины (модуля)	Наименование материалов обучения, пакетов программного обеспечения	Наименование технических и аудиовизуальных средств, используемых с целью демонстрации материалов
1	Понятие социально-экономических процессов	- библиотека материалов по экономической тематике. - http://www.libertfrium.ru/librfrv .	Компьютер с выходом в сеть Интернет, Аудиоколонки. Видеопроектор
2	Методы и методология исследований	библиотека материалов по экономической тематике. - http://www.libertfrium.ru/librfrv . - тестовая система ТПУ - Microsoft Excel или Access	
3	Методы и методология маркетинговых исследований	- библиотека материалов по экономической тематике. - http://www.libertfrium.ru/librfrv . - тестовая система ТПУ - Microsoft Excel или Access	

7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

7.1. Методические рекомендации преподавателю:

Учебный план по данной дисциплине предполагает 2 часа лекционных занятий, на котором преподаватель знакомит обучающегося с предметом.

В рамках практических занятий обучающиеся формируют базовые умения и навыки организации и проведения исследований.

Основная часть обучения приходится на самостоятельную работу студента, которая должна представлять единую основу магистерской работы, поэтому в рамках подготовки и выполнения самостоятельной работы обучающиеся ставят задачи (в этом им могут помочь руководители ВКР) по организации и проведения исследования. Студенты определяют с методологией исследования. Собирают и обрабатывают первичную информацию. Таким образом, основная задача - это организовать работу магистров по формированию навыков в сфере организации и проведения исследования, которые далее будет продолжено в рамках подготовки ВКР.

7.2. Методические рекомендации для студентов - магистров.

Студенты в процессе обучения формируют навыки сбора и обработки информации. Учатся ставить цели и задачи, определять объект и предмет исследования. Также студенты учатся применять различные методы, обосновывая преимущества и ограничения применения различных методов. Также студенты должны познакомиться с отличиями методов и методики исследования.

8. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

8.1. Организация самостоятельной работы студента.

Вид самостоятельной работы	Вид и форма контроля	Критерии оценки результатов (оцениваются сформированные ЗУН и компетенции)	Сроки выполнения	Трудоемкость (в соответствии с учебным планом)(час)
Самостоятельный подбор необходимой литературы по библиотечному каталогу	Представление преподавателю библиографической картотеки по изучаемой теме.	Уровень освоения учебного материала; Уровень сформировавшихся умений поиска учебной литературе по заданной тематике; Уровень умения анализировать статистические данные, основываясь на полученных знаниях в рамках изучаемой дисциплины и смежной с ней.	По темам	20
Подготовка доклада и презентационных материалов по теме исследования магистра	Представление доклада по определенной тематике. обсуждение основных положений, ответы на вопросы	Уровень освоения учебного материала. Формирование дополнительных знаний по профилю подготовки Умение выделять основные идеи. Умение делать доклад		27
Подготовка к промежуточной и итоговой аттестации	Форма в соответствии с паспортом КИМ, АПИМ и учебным планом	Уровень освоения учебного материала; Уровень сформированное™ компетенций, установленных для изучаемой дисциплины.	В соответствии с паспортом КИМ, АПИМ и учебным планом.	15
Трудоемкость самостоятельной работы всего (час)				62

8.2. Перечень примерных вопросов к экзамену.

1. Методы общенаучного исследования.
2. Эмпирическое исследование.
3. Требования к качеству получаемой информации.
4. Организация и проведение маркетингового исследования.
5. Методы маркетингового исследования.
6. Объект исследования
7. Характеристика социально-экономических процессов.
8. Организация и проведение маркетингового исследования.
9. Требования к качеству получаемой информации
10. Понятие и виды полевого и кабинетного исследования.
11. Метод и методология исследования.
12. Организация и проведение маркетингового исследования

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению

100400.68 Туризм

Магистерская программа «Инновационные технологии в туристской индустрии»
(указывается номер и наименование направления подготовки (специальности))

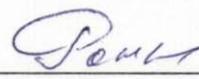
Программу составил:

К.э.н., доцентом кафедры экономики и

методики преподавания экономики  / Метлиной Анастасией Евгеньевной /

Рабочая программа учебной дисциплины утверждена на заседании кафедры
протокол № 8 от 31.08 2012 года.

Зав. кафедрой ЭиМПЭ


(подпись)

/Ромахина И.А. /

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена методической комиссией факультета
протокол № 2 от «03» 09 2012 года.

Председатель методической комиссии


(подпись)

/ Аникина В.Г. /