**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ**

**краевое государственное автономное**

**профессиональное образовательное учреждение**

**«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ СФЕРЫ УСЛУГ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

### Методические указания для выполнения

### внеаудиторной самостоятельной работы студентов

**МДК 03.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА СФЕРЫ УСЛУГ**

для специальности среднего

профессионального образования

#### 43.02.02 Парикмахерское искусство

(углубленная подготовка)

Красноярск 2016

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО:  Цикловой методической комиссией  специальностей, 42.02.01, 38.02.01, профессии 39.01.01  Протокол №\_\_\_\_от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Председатель ЦМК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М.В. Терских  «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г. | |  | УТВЕРЖДЕНО:  Заместитель директора по НМР  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.А. Полежаева  «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016г. | |
|  | | | Методические указания соответствует:  – Требованиям ФГОС СПО к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.01 Парикмахерское искусство (углубленной подготовки);  – Рабочей программе профессионального модуля | |
|  | | | | |
| Преподаватель: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (Подпись, дата) | | | М.В. Терских |

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.Пояснительная записка | 3 |
| 2. Перечень и критерии оценки качества выполнения ВСРС | 6 |
| 3. Рекомендуемая литература | 8 |
| 3. Методические указания для выполнения ВСРС | 9 |
| 1. Приложения | 13 |

1. **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

# Методические указания для студентов по выполнению внеаудиторных самостоятельных работ (ВСРС) являются частью основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования 43.02.01 Парикмахерское искусство и составлены на основе Федерального государственного образовательного стандарта в соответствии с рабочей программой МДК 03. 02. Основы маркетинга сферы услуг.

Методические указания по ВСРС включают:

- виды и формы ВСРС;

- формы контроля ВСРС;

- задания по ВСРС.

Рекомендуемое количество часов на освоение МДК:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 72 часа,

обязательная аудиторная нагрузка обучающегося - 52часа,

***внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося*** – **26 часов**.

Настоящие методические указания содержат самостоятельные работы, которые позволят студентам овладеть фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по специальности, опытом творческой и исследовательской деятельности, и направлены на формирование следующих профессиональных и общих компетенций:

ПК 3.1.Внедрять новые технологии и тенденции моды

ПК 3.2. Планировать и проводить технологические семинары, участвовать в конкурсах и семинарах профессионального мастерства различного уровня.

ПК 3. 3 Самостоятельно осуществлять взаимодействие со специалистами и организациями с целью продвижения своих услуг.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

OK 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимых для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

OK 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

**Целью ВСР** является закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, самостоятельное овладение новым учебным материалом; овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

**Задачи ВСРС:**

- формирование умений поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач профессионального и личностного роста;

- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности ответственности и организованности;

- формирования самостоятельности профессионального мышления: способности к профессиональному и личностному развитию, самообразованию и самореализации;

-формирования умения использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.

В результате выполнения самостоятельной работы студент должен знать*:*

- понятия маркетинга и его структуру;

- маркетинговые инструменты воздействия на процесс принятия решения;

- методы сбора маркетинговой информации;

- понятия и признаки сегментирования рынка;

- оценку конкурентоспособности услуг и фирмы;

- понятие и этапы жизненного цикла услуги.

В результате выполнения самостоятельных работ студент должен уметь:

- проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и - принимать маркетинговые решения;

- применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;

- проводить оценку конкурентоспособности парикмахерского салона и его прямых конкурентов;

- планировать рекламные мероприятия.

**Формы ВСРС:**

**-** изучение основной и дополнительной литературой, интернет-ресурсов;

- самостоятельное ознакомление с учебными материалами, представленными на СД - носителях;

- поиск информации по теме с последующим ее представлением в аудитории в форме доклада, презентаций;

- подготовка к выполнению контрольных работ;

- выполнение тестовых заданий, решение задач;

- составление кроссвордов, схем;

- подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции.

**Формы контроля ВСРС:**

- семинар;

- защита реферата, зачетной работы;

- тестирование;

- проверка задания.

- систематическое наблюдение за работой студентов в обучении.

1. **ПЕРЕЧЕНЬ, РЕКОМЕНДАЦИИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ ВНЕАУДИТОРНЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

Внеаудиторная самостоятельная работа рассчитана на выполнение в течение двух или более учебных часов. Тематика и трудоемкость выполнения самостоятельных работ приведена в таблице 1.

Таблица 1- Тематика и трудоемкость выполнения самостоятельных работ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Тема занятия** | **Вид и содержание самостоятельной работы** | **Объем часов** | **Форма контроля** |
| 1. | **Тема1.1**  **Основы маркетинга** | Заполнить таблицу «Характеристика видов маркетинга в зависимости от состояния спроса» | 2 | Проверка конспекта |
| 2. | **Тема1.2**  **Маркетинговый инструментарий в сфере услуг** | Поиск информации в сети Интернет подготовка выступления по вопросу «Интересные ходы в маркетинге услуг» | 2 | Защита презентации |
| 3. | **Тема1.2.1 Комплекс маркетинга** | Поиск информации в сети Интернет подготовка выступления по вопросу «Новые технологии на парикмахерские услуги» | 2 | Защита презентации |
| 4. | **Тема 1.4**  **Ассортиментная политика в сфере услуг** | Работа с учебной литературой,  конспектом.  Составление кроссворда по темам 1.1-13 | 2 | Проверка выполненной работы, отгадывание кроссворда |
| 5. | **Тема 1.5**  **Конкуренция и конкурентоспособность** | Поиск информации в сети Интернет «Исследование рынка парикмахерских услуг» | 4 | Проверка готовности к практической работе |
| 6. | **Тема 2.1**  **Реклама услуг** | Поиск информации в сети Интернет: «Подборка материала рекламных средств» | 2 | Проверка выполненной работы, |
| 7. | **Тема 2.2**  **Стимулирование сбыта** | Подготовить реферат на тему | 3 | Защита реферата |
| 8. | **Тема3.3**  **Методы сбора информации** | Работа с учебной литературой и конспектом. Составление теста по темам 3.1-3.3. | 2 | Проверка выполненной работы, ответы на тесты |
| 9. | Проведение опроса клиентов | 4 | Оценка выполненной работы. |
| 10. | **Тема3.5**  **Позиционирование** | Подготовка зачетной работы | 5 | Защита работы |
|  | **Всего:** |  | **26** |  |

Приступая к выполнению самостоятельной работы, студенты должны внимательно прочитать задание, учебно-методические материалы по теме самостоятельной работы, подготовить отчет о проделанной работе в соответствии с рекомендациями.

# Алгоритм выполнения различных видов самостоятельной работы приведен в таблице 2.

Таблица 2 - Алгоритм выполнения различных видов самостоятельной работы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Вид самостоятельной работы** | **Методические указания** |
| 1 | Проработка конспектов занятий | * Ознакомьтесь со списком рекомендуемой литературы и источников. * Прочитайте лекционный материал по своему конспекту, стараясь выделить основные понятия, важные определения чернилами другого цвета, формулы обведите рамкой, связи укажите стрелками. * Найдите ответы на контрольные вопросы в своем конспекте и в рекомендованной литературе. * Найдите в словаре значение незнакомых слов и терминов. * Оформите ответы на вопросы по материалу конспекта.  Проводите самоконтроль. |
| 2 | Подготовка докладов | * Ознакомьтесь со списком рекомендуемой литературы и источников. * Изучите материал, касающийся темы сообщения не менее чем по двум рекомендованным источникам. * Составьте план сообщения, запишите его. * Составьте список ключевых слов из текста так, чтобы он отражал суть содержания. * Составьте окончательный текст сообщения. * Оформите материал сообщения. * Прочтите текст сообщения вслух, обращая особое внимание на произношение новых терминов и стараясь запомнить информацию.  Ответьте после чтения на вопросы и задания к текстам источников.Перескажите сообщение еще раз.Проводите анализ и самоконтроль работы над сообщением. |
| 8 | Подготовка к практическим работам | * Ознакомьтесь с темой практического занятия, его целями и задачами. * Изучите рекомендации к практической работе. * Прочитайте лекционный материал по теме занятия в конспекте. * Прочитайте материал по теме практической работы в рекомендованных источниках. * Выполните задания для подготовки к выполнению практической работы (участия в деловых играх). |

Критерии оценки качества выполнения работ приведены в таблице 3.

Таблица 3- Критерии оценки качества выполнения самостоятельных работ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Критерий оценки | Присутствие показателя | Правильность выполнения | Итог |
|  | Уровень усвоения учебного материала | + | Полные, последовательные ответы по ходу защиты выполненного задания | 2 |
|  | Самостоятельность | + | Полная самостоятельность в выполнении задания | 2 |
|  | Правильность |  | Полное соответствие выполненного задания теоретическому материалу | 4 |
|  | Оформление материала в соответствии с требованиями | + | Полное соответствие оформление выполненной работы требованиям | 2 |
|  | | | | 10 |

Перевод балов в оценки приведен в таблице 4.

Таблица 4- Перевод баллов в оценки

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Оценка «5» | Оценка «4» | Оценка «3» | Оценка «2» |
| 9-10 баллов | 8-7 баллов | 6 баллов | 5 баллов и менее |

1. **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**
2. Белоусова С.Н. . Маркетинг: Учебное пособие для студентов СУЗОВ. СПО. ГРИФ -М.: Феникс+, 2015. -381с.
3. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики, учебник. М: КНОРУС, 2015.-456.
4. Бендина Н.В. Маркетинг: конспект лекций. М: ПРИОР, 2013.-215с.
5. Веселов С.В. Маркетинг в рекламе. Рекламный рынок и его изучение. Часть 1: Учебник для вузов -М.: Международный институт рекламы, 2010 г. 316 с.
6. Голубков Е.П. Основы маркетинга, учебник. М: Фин-Прейс,2014. -688с.
7. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования, учебник. М: Фин-Прейс, 2011. – 422с.
8. Дурович А. П.. Реклама в туризме: Учебное пособие.- Минск: «Новое знание» , 2008г.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Новое издание. М: АСТ, 2014.-367с.

**Периодические издания:**

1. «Индустрия маркетинга»
2. «Маркетинговые исследования»
3. «Маркетинг в России и за рубежом»
4. «Красивый бизнес»

**Интернет-сайты**

1. http:www.akarussia.ru/knowledge/market\_size/ Ассоциация Коммуникационных Агентств России
2. http:24.mediahand.ru/publications/ сайт аналитического агентства Медиа хендhttp:www.tns-global.ru/rus/press/news/ Сайт ведущей исследовательской компании в области СМИ и рекламы Gallup Media.
3. **МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ВНЕАДИТОРНЫХ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

**Тема 1.1. Основы маркетинга**

Задание для самостоятельной работы:

1) выбрать три вида парикмахерских услуг спрос, на который различен;

2) подобрать инструменты маркетинга для поддержания спроса на данные услуги;

3) определить вид маркетинга для каждой услуги, в зависимости от состояния спроса;

4) результаты оформить в таблицу:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **УСЛУГА** | **СОСТОЯНИЕ СПРОСА** | **ИНСТРУМЕНТЫ**  **МАРКЕТИНГА** | **ВИД МАРКЕТИНГА** |
|  |  |  |  |

**Тема 1.2 Маркетинговый инструментарий в сфере услуг**

Задание для самостоятельной работы:

1) Используя информацию в сети, Интернет или других источниках, журналы, газеты и т.д. найдите сообщения о необычных и успешных способах привлечения клиентов в и стимулирования сбыта в салонном бизнесе.

2) Подготовке презентацию по представленной информации и подготовьтесь к ее защите. Объем слайдов 5-7. Рекомендации и критерии оценки презентации Приложение 1.

**Тема 1.2.1 Комплекс маркетинга**

Задание для самостоятельной работы:

1. Используя информацию в сети, Интернет или других источниках, журналы, газеты и т.д. найдите сообщения о новых технологиях на парикмахерские услуги.
2. Подготовке презентацию по представленной информации и подготовьтесь к ее защите. Объем слайдов 5-7. Рекомендации и критерии оценки презентации Приложение 1.

**Тема 1.4 Ассортиментная политика в сфере услуг**

Задание для самостоятельной работы:

1. Используя учебную литературу, конспект по темам 1.1 Основы маркетинга, 1.2 Маркетинговый инструментарий в сфере услуг, 1.2. Комплекс маркетинга 1, 1.3 Жизненный цикл услуги составьте кроссворд.
2. Требования к кроссворду:

- слова должны быть в именительном падеже и единственном числе, кроме слов, которые не имеют единственного числа;

- объем слов 20-25.

- вопросы по вертикали и горизонтали оформлять каждый на отдельном листе;

- ответы вставить в сетку кроссворда на отдельном листе;

- работу распечатать и сдать в электронном виде.

1. Рекомендации и критерии оценки кроссворда. Приложение 2.

**Тема 1.5 Конкуренция и конкурентоспособность**

Задание для самостоятельной работы:

1. Используя метод «Таинственный посетитель» посетить три парикмахерских салона являющихся конкурентами и оценить уровень обслуживания клиентов с точки зрения:

- местонахождения и расположения, наличия парковочных мест; - общего впечатления от посещения салона: запись, оформление интерьера, общая атмосфера в салоне, внешний вид персонала; - ассортимент предлагаемых услуг, наличие эксклюзивных услуг; - используемых в работе средств и материалов;

- качества обслуживания: внимательности, обходительности и

- готовности помочь клиентам, у всех сотрудников салона;

- качества предоставляемых услуг, профессионализм сотрудников;

- уровень коммуникаций: предоставляемые рекламные средства.

2) Записать впечатление от посещения салонов по указанным пунктам, с выделением преимуществ, недостатков и рекомендаций для посещенных парикмахерских салонов.

**Тема 2.1Реклама услуг**

Задание для самостоятельной работы:

1) Осуществить подборку печатных рекламных средств используемых в салонном бизнесе по классификации этапам жизненного цикла услуги.

2) Оформить вырезки рекламы на одном листе с указанием каждой по классификации этапов жизненного цикла услуги.

3) В печатных рекламных средствах подчеркнуть слова, указывающие на принадлежность к данной классификации этапа жизненного цикла услуги.

**Тема 2.2 Стимулирование сбыта**

Задание для самостоятельной работы:

1)Подготовить реферат на темы по выбору:

* Виды и формы стимулирования сбыта.
* Прямые продажи.
* Промоушен как форма стимулирования сбыта.
* Виды и характеристика акций по стимулированию сбыта.
* Мерчендайзинг, сущность и его применение в салонном бизнесе.
* Основные правила расположения товара.
* Влияние органолептических ощущений на принятие решения о покупке.
* Сэмплинг и его формы.
* Правила эффективной презентации.
* Выставка как метод стимулирования продаж.

1. Оформить выступление презентацией. Рекомендации и критерии оценки реферата. Приложение 3.

**Тема3.3 Методы сбора информации**

Задание для самостоятельной работы:

1) Используя учебную литературу, конспект по темам 3.1 Основные понятия и направления маркетинговых исследований, 3.2 Методы сбора информации. 3.3 Маркетинговая информация составьте кроссворд.

2) Требования к кроссворду:

- слова должны быть в именительном падеже и единственном числе, кроме слов, которые не имеют единственного числа.

- объем слов 20-25.

- вопросы по вертикали и горизонтали оформлять каждый на отдельном листе;

- ответы вставить в сету кроссворда на отдельном листе;

- работу распечатать и сдать в электронном виде.

3) Рекомендации и критерии оценки кроссворда Приложение 2.

Задание для самостоятельной работы:

Подготовка к практической работе:

1. Оформить и распечатать анкету, выполненную на практической работе.
2. Провести анкетирование потенциальных клиентов парикмахерского салона согласно выборке в количестве не менее 15 человек. При проведении опроса использовать рекомендации по сбору данных при проведении анкетирования. Приложение 4.

**Тема3.5 Позиционирование**

Задание для самостоятельной работы:

1. Подготовить зачетную работу по теме Вывод новой услуги на парикмахерский рынок г. Красноярск.
2. Содержание зачетной работы включает:

**Характеристика вводимой услуги:**

* - продукт подробное описание и наглядное изображение;
* - цена;
* - место (в какой организации планируете внедрить, почему);
* - люди (необходимые специалисты, целевая аудитория);

**Продвижение:**

* Разработать рекламный текст для вводимой услуги;
* Описать продвижение услуги по этапам ЖЦУ используя инструменты маркетинга:
* рекламные средства, стимулирования сбыта;
* Разработать рекламные средства для каждого этапа ЖЦУ**;**

**Анализ конкурентов:**

* Провести сравнительный анализ конкурентов;
* Оформить и представить бальную оценку конкурентов в таблице;
* Сформулировать вывод с учетом предложений по повышению конкурентоспособности организации.

**Маркетинговое исследование рынка:**

* Провести маркетинговое исследование потенциальных клиентов по проблеме: определения целесообразности ввода новой услуги.
* Описать условия получения информации ( где будет производится опрос);
* Привести данные анкетирования и его расчеты в таблице;
* Сформулировать вывод по полученным результатам.

**Ваши рекомендации по вводу услуги на рынок:**

* Предложите мероприятия позволяющие успешно внедрить услугу на рынок, с учетом проведенного исследования

1. Работу оформить презентацией и подготовится к ее защите. Рекомендации и критерии оценки реферата. Приложение 3.

Приложение 1

**Рекомендации по созданию презентаций**

Презентация это набор слайдов (страниц), оформленных в соответствии с каким- то принятым стилем. Последовательность показа слайдов может меняться в процессе демонстрации презентации.

Каждый слайд может включать в себя

* различные формы представления информации (текст, таблицы, диаграммы, изображения, звук, видео)
* анимацию появления объектов на слайде и анимацию смены слайдов.   
  Титульный слайд должен содержать название презентации, её автора.   
  На втором слайде может быть представлен план презентации, основные разделы или вопросы, которые будут рассмотрены.

Старайтесь придерживаться принципа: один слайд - одна мысль.

Убедительными бывают презентации, когда на одном слайде даётся тезис и несколько его доказательств.   
Выводы всегда должны быть даны лаконично на отдельном слайде.  
Объекты на слайдах могут сразу присутствовать, а могут возникать на них в нужный момент по желанию докладчика, что усиливает наглядность доклада и привлекает внимание аудитории именно к тому объекту или тексту, о которых в данный момент идет речь.

Планирование презентации

* определение целей
* изучение аудитории
* формирование структуры и логики подачи материала

Разработка презентации

* вертикальная и горизонтальная логика
* содержание и соотношение текстовой и графической информации
* заполнение слайдов информацией
* настройка анимации

Репетиция презентации

Перед презентацией обязательно нужно провести репетицию. На ней вы сможете понять, где могут возникнуть трудности, почувствовать реальный хронометраж презентации, а также исправить замеченные по ходу ошибки.

Порядок вывода объектов на экран следующий:

* заголовок слайда (анонс информации)
* основная информация
* дополнительная (поясняющая, иллюстрирующая, навигационная) информация.

Основной материал (основная смысловая нагрузка) необходимо выделить, чтобы он первым бросался в глаза при демонстрации слайда. Выделение можно осуществить размером объекта, цветом, спецэффектами, порядком появления на экране.

Дополнительный материал предназначен для подчеркивания основной мысли слайда. В качестве дополнительной информации может выступать графика.

Важно учитывать, что к презентации применяется правило: «Краткость – сестра таланта». На слайды попадают только самые важные тезисы, самые необходимые («говорящие») данные, а также, весьма желательно, графический материал: диаграммы, иллюстрации, фотографии всегда лучше воспринимаются аудиторией.   
Материал на слайде лучше располагать максимально равномерно по всей площади, не оставляя крупных пустых пространств.

Текст, размещенный на слайде, должен быть хорошо виден и удобочитаем.

Используйте на слайде один или несколько, но гармоничных шрифтов. Можно использовать для смыслового выделения разные начертания одного шрифта.

Используйте анимацию для порядка появления объектов на слайде, но не перенасыщайте спецэффектами.

Для целостности восприятия презентация выполняется в едином стиле. Это может быть или единый фон, или какой- либо повторяющийся на каждом слайде элемент.

Критерии оценки презентации

|  |  |
| --- | --- |
| Структура презентации | **Максимальное количество баллов** |
| * Наличие титульного слайда с заголовком | 5 |
| * Логическая последовательность информации на слайдах | 10 |
| * Наличие понятной навигации | 10 |
| * Отмечены информационные ресурсы | 5 |
| Содержание |  |
| * Сформулирована цель работы | 5 |
| * Понятны задачи и ход работы | 5 |
| * Информация изложена полно и четко | 10 |
| * Ошибки отсутствуют | 10 |
| * Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации | 10 |
| * Сделаны выводы | 5 |
| Оформление презентации |  |
| * Единый стиль оформления | 10 |
| * Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой | 10 |
| * Использовано не более трёх цветов шрифта на слайде | 5 |
| * Анимация присутствует только там где она уместна | 10 |
| * Все ссылки работают | 10 |
| * Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах | 10 |
| * Ключевые слова в тексте выделены | 10 |
| Эффект презентации |  |
| * Общее впечатление от просмотра презентации | 10 |
| ОБЩИЕ БАЛЛЫ | 150 |
| Окончательная оценка: |  |

**Форма оценивания: от 130 до 150 — оценка 5 от 100 до 130 — оценка 4 от 70 до 100 — оценка 3 менее 70** - презентация нуждается в доработке

**Приложение 2**

**Правила составления кроссвордов**

По словарю русского языка Ожегова «кроссворд – игра-задача, в которой фигуру из квадратов нужно заполнить буквами, составляющими пересекающиеся слова».   
Правила составления кроссвордов:

* слова должны быть в именительном падеже и единственном числе, кроме слов, которые не имеют единственного числа;   
  - можно включать не более трех однородных понятий и не включать однокоренные слова;
* придумать сначала длинные слова, состыковать их друг с другом, а уж затем подгонять под них короткие;    
  - имен собственных в кроссворде может быть не более 1/3 от всех слов.
* слов с правильным чередованием согласных и гласных букв может быть не более половины;
* слова пересекаются в двух, максимум – в трех местах;
* старайтесь, чтобы в местах пересечений оказались гласные, если же пересечение не в предпоследней букве, а, например, в третьей с конца, то тоже ничего страшного: сколько можно вспомнить слов, оканчивающихся на «-сть»;   
  - начальные буквы загаданных слов должны полнее представлять алфавит, то есть не стоит загадывать слова на одну букву, если это не является целью (составление кроссворда на одну из букв алфавита); При составлении определений к словам тоже существуют определенные правила, поскольку именно продуманные определения к словам делают кроссворд интересным и оригинальным.    
  Сетки могут быть как регулярными (симметричными), так в виде различных фигур.   
  Составление кроссворда начинают с самых длинных слов.

**Приложение 3**

**Методические указания по написанию и оформлению рефератов**

**Реферат** — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы.

1. Выбор темы исследования

Тема реферата выбирается студентом самостоятельно на основе его интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

1. Планирование исследования

Включает составление календарного плана. Календарный план исследования включает следующие элементы:

* + выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата;
  + сбор и изучение исходного материала, поиск литературы;
  + анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы;
  + сообщение о предварительных результатах исследования;
  + литературное оформление исследовательской проблемы;
  + обсуждение работы (на семинаре, в студенческом научном обществе, на конференции и т. п.).

Каждый элемент датируется временем начала и временем завершения.  
План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя:

* + введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования;
  + основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы;
  + заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы

Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю.   
Подобранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.   
Подобранная литература изучается в следующем порядке:

* + знакомство с литературой, просмотр ее и выборочное чтение с целью общего представления проблемы и структуры будущей научной работы;
  + исследование необходимых источников, сплошное чтение отдельных работ, их изучение, конспектирование необходимого материала (при конспектировании необходимо указывать автора, название работы, место издания, издательство, год издания, страницу);
  + обращение к литературе для дополнений и уточнений на этапе написания реферата.   
    Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме.  
    При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4.Обработка материала

При обработке полученного материала автор должен:

* + систематизировать его по разделам;
  + выдвинуть и обосновать свои гипотезы;
  + определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме;
  + уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы;
  + сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования;
  + окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата

При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил:

* + Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику;
  + Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод);
  + Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты;
  + Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Приложение 4

**Методические указания по сбору данных при проведении анкетирования**

***1.Налаживание первоначального контакта.***Интервьюер должен научиться так начинать разговор, чтобы сразу убедить человека, что его участие в опросе действительно имеет большое значение. Следует подробно описать респонден­ту суть проводимого опроса. Чем больше информации получает человек, тем менее подозрительно он относится к опросу.

***2. Как задавать вопросы.*** Необходимо задавать вопросы в таком поряд­ке, как они расположены в анкете, даже если кажется, что анкета несовершенна.

***3. Как стимулировать ответы.***Стимулирование применяется для того, что­бы побудить респондента расширить или пояснить ответ, сосредоточиться на вопросе.

Для стимулирования ответов широко применяются следующие методы:

• повторение ответа респондента. Интервьюер дословно воспроизводит ответ, записывая его. Это может побудить респондента к комментариям;

• использование паузы. Выжидательная пауза или взгляд могут быть намеком на то, что интервьюер хочет получить более полный ответ;

• подбадривание респондента. Если респондент колеблется, уместно ска­зать, например, «Не существует правильных или неправильных ответов, мы просто хотим выяснить ваше мнение»;

• получение пояснений. Получить более полный ответ можно, используя нейтральные вопросы типа: не могли бы рассказать подробнее; что вы имеете в виду; что под этим подразумеваете; как вы к этому относитесь и т.д.

***4. Как правильно записывать ответы.***При работе со структурированными вопросами отмечается вариант, отображающий ответ респондента, если вопрос не структурирован - ответ записывается дословно, не обобщается и не перефразируется.

Записав полученный ответ, интервьюер должен повторить его. Записи ответов ведутся четко и аккуратно; ответы не фальсифицируются.

1. ***Как завершать интервью.***После опроса у респондента должно остаться положительное впечатление об интервью. Важно поблагодарить его и выразить свою признательность за сотрудничество.