




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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

/ К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

43.03.02 «Туризм»

**Направленность
«Экономика впечатлений»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная**

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцента Зеленова В.В.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент



(подпись)

В.Ш. Хетагурова

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Спутник»
директор



(подпись)

А.В. Горбачевская

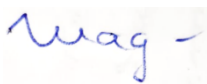
Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО
«Больше, чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

Кандидат экономических наук,
доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



И.Г. Шадская

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	15
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	23
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	24
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	25
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	27
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	27
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	66
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)..	66
1. Первый шаг в работе с жалобами:	78
2. После того как принят заказ необходимо:	78
3. Обслуживая посетителей по правилам, Вы создаёте им неудобства. Нарушайте правила, как считаете нужным.	78
Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	80
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА.....	80
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	85

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрипредметной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания	
Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства	организационно-правовые формы организации деятельности в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания; ответственность;
Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.	Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания; договоры, заключаемые туроператорами в целях обеспечения возможности предоставления услуг и услуг по размещению и питанию туристам в составе туристского продукта; Договор аренды; Договор об оказании гостиничных услуг.
РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания	
Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика	понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления.
Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.	«трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника; мотивация и стимулирование
РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания	
Тема 3.1 Возникновение этикета	Трансформация этикета во времени, восточный этикет: чаепитие, кофепитие; Этикет в России.

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое индустрия гостеприимства?
2. Какие бывают классификации гостиниц?
3. Понятие гостиничное предприятие.

Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие документы регламентируют гостиничную деятельность?
2. Для чего нужны документы в гостеприимстве?

РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания.

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что подразумевается под правовым регулирование гостиничной деятельности?
2. Какие документы регулируют гостиничную деятельность?

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что подразумевается под правовым регулирование оказания услуг общественного питания?
2. Какие документы регулируют оказание услуг в общественном питании?

РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания.

Тема 3.1 Возникновение этикета

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое этикет?
2. Как возник этикет?
3. Как этикет влияет на обслуживание?

Тема 3.2 Виды приемов гостей

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие бывают виды приемов гостей?
2. Какой вид вам нравится больше всего?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой

- мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма.
- Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, туристские приюты, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Индустрия гостеприимства

объединяет различные профессиональные сферы деятельности людей:

- -туризм,
- -гостиничный и ресторанный бизнес,
- - общественное питание,
- -отдых и развлечения,
- - организацию конференций, семинаров и выставок,
- -спортивную, музейно – выставочную, экскурсионную деятельность, а также сферу профессионального образования в области гостеприимства.

Источник: <https://ppt-online.org/177046>

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.



Источник: <https://www.slideserve.com/yardley-pittman/4>

РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания.

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Государственное регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг осуществляется посредством нормативно - правового регулирования данной сферы и создания благоприятных условий для её развития.

Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиничных предприятий:

1. **Международные гостиничные правила.** Целью является кодификация общепринятой международной торговой практики, регулирующей вопросы договора на размещение в гостинице. Они призваны проинформировать гостя и владельца гостиницы об их взаимных правах и обязанностях. Данные правила являются дополнением к положениям, предусмотренным в национальных законодательствах о договорных отношениях. Они применяются, когда такое законодательство не включает специфических положений, касающихся договора на размещение в гостинице.
2. **Международная гостиничная конвенция.** Конвенция применяется по отношению к гостиничным контрактам международного характера, заключенным между владельцами гостиниц и турагентами, чье местонахождение или местонахождение их предприятий зарегистрировано в разных государствах. Конвенция призвана регулировать подписание и исполнение гостиничных контрактов, которые заключают турагенты и владельцы гостиниц, взявшие на себя обязательства соблюдать правила данной Конвенции или использующие их в своей повседневной практике при заключении договоров. Конвенция регулирует два вида гостиничных контрактов: контракты по продаже гостиничных услуг индивидуальным клиентам; контракты по продаже гостиничных услуг группе клиентов. Международной конвенцией определены этапы

Характеристика правового регулирования гостиничного и туристского бизнеса в зарубежных странах

- Прежде всего стоит отметить, что многие европейские страны участвуют в Соглашении от 14 июня 1985 г. «О постепенной отмене проверок на общих границах» и Конвенции 1990 г. «О применении Шенгенского соглашения 1985 г.», действующей с 26 марта 1995 г. В дополнение к ним 25 марта 2005 г. был принят Шенгенский кодекс о границах, изменяющий Шенгенскую конвенцию, а 13 июля 2009 г. — Кодекс Сообщества о визах. Роль указанных соглашений, именуемых Шенгенскими достижениями, заключается в установлении «прозрачности» границ внутри Европейского союза и введении единого визового режима на внешних границах.
- Во многих других странах вопросы туристского пребывания и пересечения туристами границ решаются внутренним законодательством. Так, например, въезд на территорию Великобритании, которая, как известно, не является участницей Шенгенских соглашений, осуществляется в соответствии с Иммиграционными правилами (The Immigration Rules) 1994 г. Аналогичный нормативный акт (Immigration Act 1976) действует в Канаде. В США этому вопросу посвящены соответствующие разделы свода законов США.
- Помимо Шенгенских соглашений в странах Европейского союза приняты директивы, с помощью которых здесь регулируются договорные отношения в сфере туризма. По своей юридической природе директивы являются разновидностями международного договора, а их цель — унификация и гармонизация национального права в странах ЕС. Применительно к туризму следует прежде всего выделить Директиву Совета ЕЭС от 13 июня 1990 г. № 90/314/ЕЕС «О комплексных путешествиях, отдыхе и турах» (далее — Директива ЕЭС о комплексных турах 1990 г.). В соответствии со ст. 1 Директивы ее целью является установление более сходных между собой законодательных, регламентирующих и административных распоряжений стран — членов Общего рынка, касающихся путешествий, отпусков и поездок, включающих все», продаваемых или предлагаемых для продажи на территории Европейского экономического сообщества.



- Директива ЕЭС о комплексных турах 1990 г. была воспринята во внутреннем законодательстве стран ЕС. Так, в Великобритании на ее основе были приняты Правила от 31 декабря 1992 г. Во Франции ее нормы получили отражение в Законе от 13 июля 1992 г. № 92-645. Аналогичные законы действуют также в Бельгии, Греции, Испании, Италии, Финляндии и других европейских странах. В Германии положения о договоре по туристскому обслуживанию содержатся в параграфе 651а Германского гражданского уложения. В некоторых из этих законов (например, Законе № 393/76 «О туризме» Греции, Законе № 92-645 Франции и др.) достаточно подробно определен правовой статус туристских организаций. В некоторых странах имеются также специальные законодательные положения, регулирующие деятельность экскурсоводов, гостиниц и других субъектов туристской индустрии.
- В большинстве штатов США действуют законодательные акты о продавцах путешествий (в частности Florida Seller of Travel Law, California Sellers of Travel Law). Сферой применения подобных законов является деятельность продавцов путешествий, зарегистрированных и функционирующих на территории штата, принявшего закон, которые осуществляют оптовую или розничную продажу «путешествий».

Источник: <https://ppt-online.org/607017>

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

Законодательно-нормативное регулирование обслуживания предприятий питания

- ❖ Нормативные правовые акты РФ Закон РФ «О защите прав потребителя»
 - ❖ Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания»
 - ❖ Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов»
 - ❖ ГОСТ Р
 - ❖ Общественное питание
 - ❖ СанПиН
- Система контроля за состоянием запаса с фиксированным количеством заказа применяется:**
- ❖ большие потери в результате отсутствия запаса;
 - ❖ высокие издержки по хранению запасов;
 - ❖ высокая стоимость заказываемого товара;
 - ❖ высокая степень неопределенности спроса;
 - ❖ наличие скидки с цены в зависимости от заказываемого количества.



Источник: <https://prezentacii.org/prezentacii/prezentacii-raznie/166625-formy-obsluzhivaniya-potrebitelej-predpriyatij-pitanija.html>

Основные гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов

- **Исполнитель обязан** устанавливать для приготовленных им блюд сроки годности, так как без них реализация блюд запрещена. **По истечении сроков годности продукция непригодна к использованию и представляет опасность для потребителя.**
- Срок годности устанавливает изготовитель пищевых продуктов при соблюдении условий хранения, установленных в нормативно – технических документах на продукцию. Срок годности пищевого продукта определяется периодом времени, исчисляемым со дня его изготовления, в течение которого пищевой продукт пригоден к использованию, либо даты, до наступления которой пищевой продукт пригоден к использованию.
- Информация, наносимая на этикетку, маркировку о сроках годности пищевых продуктов должна предусматривать указание: часа, дня, месяца, года выработки для особо скоропортящихся продуктов, продуктов для детского и диетического питания; дня, месяца и года - для скоропортящихся продуктов; месяца и года - для не скоропортящихся продуктов, а также правил и условий их хранения и употребления.
- **Не допускается переупаковка или перефасовка скоропортящихся пищевых продуктов после вскрытия и нарушения целостности первичной упаковки или тары организациями изготовителя в организациях, реализующих пищевые продукты, с целью установления этими организациями новых сроков годности на продукт и проведения работы по обоснованию их длительности в новой упаковке или таре.**
- Хранение пищевых продуктов, в том числе кулинарной продукции должно осуществляться в соответствии с действующей нормативной и технической документацией при соответствующих параметрах температуры, влажности, светового режима для каждого вида продукции.

Источник: https://mypresentation.ru/fp/?documents_6/10a4635612092bcd0308e36f8d5c7dfc/1569938278_trebovaniya-k-predpriyatijam-obshhestvennogo-pitaniya/18

РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания.

Тема 3.1 Возникновение этикета

Этикет



Манеры человека являются индикатором богатства внутреннего мира человека, они отображают моральное и интеллектуальное развитие.

В современном мире культурное поведение имеет очень большое значение: оно помогает устанавливать контакты между людьми, общаться и создавать стойкие взаимоотношения.

MyShared

Источник: <https://tacon.ru/diplomaticeskij-etiket-istoriceskie-svedenia-osobennosti-i-vaznost-sobludenia-pravila-povedenia-na-priemah/>

Тема 3.2 Виды приемов гостей



Основные виды современного этикета

Современный этикет - это своеобразный кодекс хороших манер и правил поведения, соблюдение которых зависит от места. Времени и обстоятельств. Современный этикет наследует обычаи почти всех народов мира от седой древности до наших дней.

Различают несколько видов этикета, основными из которых являются:

- **Придворный этикет** - строго регламентированный порядок и формы общения, установленные при дворе монархов.
- **Дипломатический этикет** - правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контакте друг с другом на различных дипломатических приёмах, визитах, переговорах.
- **Воинский этикет** - свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

Источник: https://studopedia.ru/23_41371_vidi-priemov-i-banketov.html

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами

(а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;

2. Выделите главное, составьте план;

3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;

4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Владение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются

выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом

обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частности, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

- знать термины гостеприимства и гостиничного предприятия
- изучить организационную деятельность в индустрии гостеприимства
- сформулировать представление о деятельности гостиничных предприятий
- изучить правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организационно-правовые формы организации деятельности в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Ответственность	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

По мере развития человеческой цивилизации все больше и больше возникает необходимость в предоставлении услуг людям, оказавшимся вдали от дома. Любому человеку, путешествующему по чужой стране, в первую очередь необходимо жилье. Гостиничная отрасль, получившая большое развитие в настоящее время, может предоставить огромное количество самых разных вариантов предоставления услуг по размещению клиентов.

Главной задачей гостиниц является предоставление временного жилья. Успех работы любой гостиницы зависит от согласованных действий огромного количества разных людей. Каждый сотрудник должен знать и понимать миссию своего предприятия и направлять все свои усилия для успешного ее выполнения.

Классификация гостиниц

Гостиничные предприятия классифицируют по различным критериям. Наиболее употребляемыми среди них являются следующие:

- уровень комфорта;
- вместимость;
- функциональное значение;
- месторасположение;
- продолжительность работы;
- обеспечение питанием;
- продолжительность пребывания клиентов и другие.

Классификация гостиничных предприятий по уровню комфорта играет огромную роль в решении вопросов управления качеством гостиничных услуг.

Уровень комфорта - это комплексный критерий, слагаемыми которого являются:

- состояние и структура номерного фонда: площадь номеров, доля одноместных (однокомнатных), многокомнатных номеров, номеров - апартаментов, наличие коммунальных удобств;
- состояние мебели, инвентаря, предметов санитарно-гигиенического назначения и т.п.;
- наличие, состояние и режим работы предприятий питания: ресторанов, кафе, баров и т.д.;
- состояние здания, подъездных путей, обустройство прилегающей к гостинице территории;
- информационное обеспечение и техническое оснащение, в том числе наличие телефонной, спутниковой связи, телевизоров, холодильников, мини-баров, мини-сейфов и т.д.;
- обеспечение возможности предоставления ряда дополнительных услуг.

Указанные параметры оцениваются практически во всех имеющихся сегодня системах классификации гостиниц. Кроме того, ряд требований предъявляется к персоналу и его подготовке, образованию, квалификации, возрасту, состоянию здоровья, знанию языков, внешнему виду и поведению.

Классификация гостиниц по уровню комфорта принята во всем цивилизованном мире. В большинстве европейских стран (Франция, Россия, Беларусь, Словения, Испания) она входит в компетенцию государственных структур и является предметом рассмотрения специальных законодательных актов.

Установление уровня комфорта в настоящее время лежит в основе более тридцати систем классификации, наиболее распространенными среди которых являются следующие:

- система «звезд» (европейская), базирующаяся на Французской национальной системе классификации, в основе которой лежит деление гостиниц на категории от одной до пяти звезд. Такая система применяется во Франции, Австрии, Венгрии, Египте, Китае, России и других странах;

- система букв (А, В, С, Д), используемая в Греции;
- система «корон», применяемая в Великобритании;
- система категорий, используется в Италии и Израиле.

Наиболее распространенной считается Французская национальная система классификации, устанавливающая для туристских отелей шесть категорий, среди которых пять категорий с присвоением определенного количества звезд (*, **, ***, ****, *****). Такая система позволяет наиболее полно охватить рынок гостиничных услуг.

Следует отметить, что определение соответствия с системой «звезд», иногда носящее чисто условный характер, характерно и для ряда других систем (букв, «корон», категорий)

Многие страны используют следующий подход к классификации гостиниц по вместимости:

- малые - до 150 мест (не более 100 номеров);
- средние - 150-400 мест (до 300 номеров);
- большие - свыше 400 мест (свыше 300 номеров);
- мега-отели - более 600 номеров.

Вместимость других функциональных частей гостиничного комплекса, в частности предприятий питания (ресторана, кафе, бара), определяется:

- вместимостью номерного фонда;
- назначением гостиницы;
- наличием подобных предприятий в прилегающей зоне.

Исходя из функционального назначения гостиничных предприятий, прежде всего, выделяют их две большие группы:

- транзитные;
- целевые.

Типы организационных структур

Гостиницы имеют сложную организационную структуру, характеризующуюся распределением целей и задач управления между подразделениями и отдельными работниками.

Под организационной структурой управления понимают совокупность управленческих звеньев, расположенных в строгой соподчиненности и обеспечивающих взаимосвязь между управляемой и управляющей системами.

Организационная структура управления складывается из взаимосвязи отдельных подсистем организации. Создание такой структуры направлено, прежде всего, на распределение между отдельными подразделениями гостиницы полномочий и ответственности.

В структуре управления гостиницей выделяются следующие элементы: звенья (отделы), уровни (ступени) управления и связи - горизонтальные и вертикальные.

К звеньям управления относятся структурные подразделения, а также отдельные специалисты, выполняющие соответствующие функции управления либо их часть (например, менеджеры, осуществляющие регулирование и координацию деятельности нескольких структурных подразделений)

В управленческой практике индустрии гостеприимства наиболее распространены следующие типы организационных структур:

- линейный;
- функциональный;
- линейно - функциональный.

Линейная организационная структура управления. Линейные связи в гостинице отражают движение управленческих решений и информации, исходящих от так называемого линейного менеджера, то есть лица, полностью отвечающего за деятельность гостиницы (как правило, небольшой) или ее структурных подразделений (в крупной). Это одна из простейших организационных структур управления. Она характеризуется тем, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный всеми полномочиями, осуществляющий все функции управления.

Функциональная организационная структура управления. Функциональное управление осуществляется некоторой совокупностью подразделений, специализированных на выполнении конкретных работ, необходимых для принятия решений в системе линейного управления

Линейно-функциональная (штабная) структура управления гостиницей. При такой структуре управления всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов ему помогает специальный аппарат, состоящий из функциональных подразделений (управлений, отделов, бюро).

В данном случае функциональные структуры подразделения находятся в подчинении главного линейного руководителя. Свои решения руководители функциональных подразделений проводят в жизнь либо через главного руководителя, либо (в пределах своих полномочий) непосредственно через соответствующих руководителей служб-исполнителей.

Таким образом, линейно-функциональная структура включает в себя специальные подразделения при линейных руководителях.

Основные службы гостиницы и их назначение

На гостиничных предприятиях различных типов и разного размера количество служб, обслуживающих «гостевой цикл» может быть больше или меньше. Их функции также могут различаться. Например, только в структуре крупных гостиничных комплексов службы бронирования и обслуживания являются самостоятельными структурными подразделениями. На малых же и средних предприятиях функции бронирования и обслуживания клиентов выполняют сотрудники службы приема и размещения. Это относится также и к службе маркетинга, инженерно-эксплуатационной, финансово-бухгалтерской, коммерческим службам. Этот же «гостевой цикл» позволяет четко разделить все службы гостиницы на два уровня в зависимости от степени контакта с потребителем. Первый уровень - это службы, персонал которых имеет непосредственный контакт с потребителем (контактные службы), второй уровень - службы, персонал которых практически не контактирует с гостем (неконтактные службы). Итак, мы отметили, что гостиничное предприятие должно иметь следующие службы:

- Административная служба;
- Служба приема и размещения;
- Служба управления номерным фондом (отдел обслуживания гостей);
- Служба общественного питания;
- Коммерческая служба;
- Инженерные (технические службы);
- Служба безопасности;
- Вспомогательные и дополнительные службы.

Источник: https://otherreferats.allbest.ru/management/00093024_1.html

Вопросы к обсуждению:

1. Какие бывают классификации гостиниц?
2. Какую классификацию чаще всего используют?
3. Какие службы находятся в гостиничном предприятии?
4. За что отвечает каждая служба?
5. Зачем гостинице вспомогательные службы?

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

- знать термины гостеприимства и гостиничного предприятия
- изучить организационную деятельность в индустрии гостеприимства
- сформулировать представление о деятельности гостиничных предприятий
- изучить правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Договоры, заключаемые туроператорами в целях обеспечения возможности предоставления услуг и услуг по размещению и питанию туристам в составе туристского продукта;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Договор аренды;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4.	Договор об оказании гостиничных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

В современном обществе все виды деятельности, в том числе и по оказанию гостиничных услуг, регламентируются государством, устанавливающим общие для всех правила ведения деловых операций, а также ответственность за их нарушение. Сегодня для открытия гостиницы недостаточно наличия здания и желания его эксплуатировать в определенных целях.

До начала функционирования гостиницы на рынке предприниматель должен зарегистрировать свое предприятие в той или иной форме, определяемой действующим законодательством, и таким образом включить его в существующую в данном государстве систему правовых отношений, складывающуюся в сфере предпринимательства.

С момента регистрации гостиничное предприятие становится полноправным субъектом существующей правовой системы, на который распространяются соответствующие права и обязанности, определяемые действующим законодательством. В этом ракурсе начинать изложение сути проблем правовых отношений, возникающих в процессе оказания гостиничных услуг, можно только после раскрытия основных принципов создания и функционирования гостиничных предприятий как субъектов и объектов соответствующей области права.

Процесс оказания услуг размещения на коммерческой основе, составляющий базис гостиничного бизнеса, подпадает под действие как общего законодательства, регламентирующего порядок осуществления предпринимательской деятельности в целом, так и специальных нормативно-правовых документов, относящихся исключительно к сфере гостиничного бизнеса.

Поскольку отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, регулируются гражданским законодательством, то общие вопросы гостиничной деятельности будут регулироваться

Гражданским кодексом Российской Федерации, где зафиксировано, что предпринимательской "является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке".

Нормы гражданского права, содержащиеся в других законах, должны соответствовать настоящему Кодексу". Гражданский кодекс РФ и Федеральные законы, таким образом, устанавливают рамки, в которых развивается законодательная база, регламентирующая гостиничную сферу. Далее, нормы гражданского права развиваются в подзаконных актах: указах Президента РФ, постановлениях и распоряжениях Правительства РФ, актах и инструкциях министерств и ведомств, осуществляющих управление гостиничной сферой, нормативно-правовых актах субъектов РФ в части, определяемой действующим законодательством.

К основным правовым документам, регламентирующим гостиничную деятельность, относятся следующие:

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ "Об акционерных обществах".

3. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ "Об обществах с ограниченной ответственностью".

4. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 "О защите прав потребителей" (в ред. Федерального закона от 17 декабря 1999 г. № 212-ФЗ).

5. Закон РФ от 10 июня 1993 г. № 5153-1 "О сертификации продукции и услуг" (в ред. Федеральных законов от 27 декабря 1995 г. № 211-ФЗ, 2 марта 1998 г. № 30-ФЗ, 31 июля 1998 г. № 154-ФЗ).

6. Закон РФ от 10 июня 1993 г. № 5154-1 "О стандартизации" (в ред. Федерального закона от 24 декабря 1995 г. № 211-ФЗ).

7. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации".

8. Федеральный закон от 25 сентября 1998 г. №158-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" (в ред. Федерального закона от 26 ноября 1998 №178-ФЗ).

9. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности".

10. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения".

11. Постановление Правительства РФ от 13 августа 1997 г. №1013 "Об утверждении перечня товаров, подлежащих обязательной сертификации, и перечня работ и услуг, подлежащих обязательной сертификации".

12. Постановление Правительства РФ от 11 апреля 2000 г. №326 "О лицензировании отдельных видов деятельности" и Перечень федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих лицензирование.

13. Постановление Правительства РФ от 3 августа 1996 г. № 926 "Об утверждении Положения о порядке предоставления в аренду земельных участков, природных объектов, зданий и сооружений на территориях национальных парков для осуществления деятельности регулируемого туризма и отдыха".

14. Постановление Госстандарта России от 28 июня 2000 г. № 39 "О внесении изменений и дополнений в Номенклатуру продукции и услуг (работ), в отношении которых законодательными актами Российской Федерации предусмотрена их обязательная сертификация".

15. Правила сертификации работ и услуг в Российской Федерации (утверждены постановлением Госстандарта России от 5 августа 1996 г. № 17, зарегистрированы Министерством юстиции Российской Федерации 3 апреля 1998 г., регистрационный № 1502).

16. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации от 25 апреля 1997 г. № 490 (в ред. Постановления Правительства РФ от 2 октября 1999 г., с учетом изменений

и дополнений в Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, внесенных Постановлением Правительства РФ от 15 сентября 2000 г. № 693)

17. ГОСТ Р 50645-94 "Классификация гостиниц".
18. ГОСТ 28681, Д-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения".
19. ГОСТ 12. 0. 004-90 "Организация обучения безопасности труда. Общие положения".
20. ГОСТ Р 50646-94 "Услуги населению. Термины и определения".
21. ГОСТ Р 50690-94 "Туристские услуги. Общие требования".
22. ГОСТ Р 50691-94 "Модель обеспечения качества услуг".
23. ГОСТ Р 51185-98 "Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования".
24. ГОСТ Р 50644-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов".
25. ГОСТ Р 50681-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг".
26. ГОСТ 2874-82 "Вода питьевая".
27. ГОСТ 12.1.028-80 "Шум. Определение шумовых характеристик источников шума".
28. ГОСТ 17.4.2.01-81 "Охрана природы. Почвы. Номенклатура показателей санитарного состояния".
29. ГОСТ 12.1.030-81 "Электробезопасность. Защитное заземление. Зануление".
30. ГОСТ 50.1.005-95 "Государственный надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов при оказании услуг и за сертифицированными услугами".
31. МосСанПиН 2.1.2.043-98 "Гигиенические требования к устройству, оборудованию и содержанию гостиниц Москвы. Санитарные нормы и правила".
32. СанПиН 2.2.4.548-96 "Гигиенические требования к микроклимату производственных помещений".
33. СН 2.2.4/2.1.8.562-96 "Шум на рабочих местах, в помещениях жилых, общественных зданий и на территории жилой застройки".
34. СанПиН 42-128-4690-88 "Санитарные правила содержания территории населенных мест".
35. СанПиН 2.2.2.542-96 "Гигиенические требования к видеодисплейным терминалам, персональным электронно-вычислительным машинам и к организации работы".
36. МГСН-4.16-98 "Гостиницы".
37. СНиП 2.08.02 "Общественные здания и сооружения".

38. СНиП 2.07.01 "Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений".

39. СНиП 2.04.05 "Отопление, вентиляция и кондиционирование".

40. СНиП 11-4 "Горячее водоснабжение".

41. СНиП 23-05 "Естественное и искусственное освещение".

42. СНиП 2.04.01 "Внутренний водопровод и канализация зданий".

43. СНиП 2.01.02 "Противопожарные нормы".

44. ППБ 01-93 "Правила пожарной безопасности в Российской Федерации".

45. ВСН 62-91 "Проектирование среды жизнедеятельности с учетом потребностей инвалидов и маломобильных групп населения".

46. Письмо Госстандарта РФ от 14 августа 2000 г. № ЮГ-110-19/2558 "О сертификации туристских услуг и услуг средств размещения".

47. Постановление Правительства г. Москвы от 23 мая 1996 г. №449 "О программе развития гостинично-туристского комплекса г. Москвы"

48. Постановление Правительства г. Москвы от 3 июня 1997 г. № 416 "Об утверждении Временного положения о лицензировании гостиничной деятельности в городе Москве"

Этот список можно продолжать и далее, однако можно сделать вывод, что на федеральном уровне не принято ни одного закона, объектом которого была бы гостиничная деятельность. Гостиницы упоминаются как составная часть туристской индустрии в ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации", но меры государственного регулирования специально для этой сферы предпринимательства пока не разработаны. Вместе с тем существует необходимость государственной поддержки гостиничной деятельности законодательными методами, об этом много раз говорили руководители и специалисты гостиничной отрасли.

Отсутствие законодательных инициатив на федеральном уровне побуждает к законотворчеству субъекты Федерации. Например, в Санкт-Петербурге принят закон "Об основных направлениях и регулировании туристской деятельности в Санкт-Петербурге", который устанавливает средства размещения льготы по уплате земельного налога в части, направляющейся в городской бюджет, от 30 до 80%.

С другой стороны, несмотря на инициативу регионов, вопрос о том, нужны ли гостиницам "собственные" законы (в том смысле, что они отражали бы и учитывали специфику гостиничной деятельности), пока остается открытым. Очевидно, если существует специфика деятельности, то она должна как-то учитываться, иначе занятие данным бизнесом станет затруднительным или вовсе невозможным.

Один лишь пример: затраты на формирование туристского продукта, рекламные туры и стажировки сотрудников, составляющие основу туристского бизнеса в целом, к составу затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта, не относились, что вызывало обоснованные претензии со стороны организаторов туристской деятельности - туроператоров и турагентов.

Эта проблема была снята после выхода соответствующего документа, "развязавшего" один из узлов, затруднявших поступательное развитие отрасли. В отношении гостиниц подобная законодательная поддержка пока отсутствует. Вместе с тем в действующем законодательстве имеется ряд моментов, которые препятствуют внедрению передовых методов управления гостиничным хозяйством, а также ограничивают свободу экономической деятельности. Это, в частности, относится к статьям Налогового кодекса, ограничивающим возможности руководителей предприятий гибко изменять цены, на чем держится вся система скидок в гостиничной отрасли. В то время как в нашей стране специальное гостиничное законодательство не разрабатывается, за рубежом существует разветвленное нормотворчество, всесторонне отражающее все спектры правовых отношений в гостиничной индустрии.

Делая выводы из вышесказанного, отметим необходимость развития специализированной нормативной базы, регулирующей специфические вопросы ведения гостиничного бизнеса. Для того чтобы это стало возможным в будущем, необходимо наметить основные проблемы развития гостиничной индустрии, регламентации которых требуют интересы отрасли.

Источник: <https://studfile.net/preview/10031669/>

Вопросы к обсуждению:

1. Зачем гостиницам документы?
2. Какие документы считаются самыми важными из всех перечисленных?
3. С какого момента гость и гостиница заключают договора?
4. С какого момента гость должен соблюдать правила гостиницы?

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

3. Цели занятия.

- знать правовые документы, которые регулируют гостиничную деятельность
- знать правовые документы, которые регулируют оказания услуг в общественном питании
- сформулировать представление о правовых документах, используемых в регулирование гостиничной деятельности и оказании услуг в общественном питании

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Правовое регулирование гостиничной деятельности в Российской Федерации.

Оказание гостиничных услуг в России осуществляется в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, а также в соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085 (далее- «Правила предоставления гостиничных услуг»). Деятельность гостиниц относится к предмету регулирования закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в том числе в части определения порядка классификации объектов туристской индустрии.

На отношения гостиницы и постояльца распространяются также положения законодательства о защите прав потребителей.

Основным правовым актом, регулирующим деятельность гостиниц, являются Правила предоставления гостиничных услуг от 9 октября 2015 года. Долгое время в России действовали

Правила предоставления гостиничных услуг, принятые еще в 1997 году, которые, конечно со временем перестали отвечать потребностям быстро растущего рынка гостиничных услуг.

1. Основные положения Правил предоставления гостиничных услуг, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (далее- Правила) и вступивших в силу 21 октября 2015 года.

Правила предоставления гостиничных услуг определяют основные обязанности и права гостиницы и постояльца, основания и порядок предъявления претензий, ответственность за нарушения обязанностей и причинение вреда, другие условия.

Поскольку постоялец является слабой стороной во взаимоотношениях с гостиницей, Правила предоставления гостиничных услуг содержат ряд специальных норм, обеспечивающих, прежде всего, защиту интересов постояльца при заключении, изменении и прекращении договора об оказании гостиничных услуг.

Новыми Правилами уточнен предмет регулирования: в соответствии с п.2 Правил их действие распространяется на деятельность гостиниц и иных средств размещения. Правила не применяются в отношении деятельности молодежных туристских лагерей и туристских баз, кемпингов, детских лагерей, ведомственных общежитий, сдачи внаем для временного проживания мебелированных комнат, а также деятельности по предоставлению мест для временного проживания в железнодорожных спальнях вагонов и прочих транспортных средствах. Гражданам необходимо особенно внимательно отнестись к отношениям по сдаче внаем для временного проживания мебелированных комнат- так в Правилах сухим юридическим языком определяются комнаты и апартаменты, сдаваемые внаем в курортных местах. При оформлении отношений с хозяевами таких комнат и апартаментов необходимо учитывать, что к данным отношениям неприменимы Правила предоставления гостиничных услуг.

Новые Правила содержат более детально разработанный понятийный аппарат: введены понятия «гостиничные услуги», «цена номера», «малое средство размещения» (гостиница с номерным фондом не более 50 номеров), «бронирование», «расчетный час» и др. Появилось понятие «гостиничные услуги» - это комплекс услуг по обеспечению временного проживания в гостинице, включая сопутствующие услуги, перечень которых определяется исполнителем.

Уточнено понятие «гостиница» - теперь это «гостиница и иное средство размещения», под которой понимается имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для оказания гостиничных услуг. Появилось понятие «иные средства размещения».

Введена фигура «заказчика» - это лицо, физическое (юридическое) лицо, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее или приобретающее гостиничные услуги в соответствии с договором об оказании гостиничных услуг (далее - договор) в пользу

потребителя. Судя по содержанию положений, относящихся к правам и обязанностям заказчика, появление заказчика в качестве стороны по договору с гостиницей призвано урегулировать отношения гостиниц с туроператорами, заключающими договоры с гостиницами в пользу своих клиентов, а также работодателями, организующими поездки своих работников (как в деловых целях- командировки, так и с целью организации коллективного отдыха работников). Последнее обстоятельство имеет для работодателей особое значение ввиду появления законодательной инициативы по предоставлению работодателям налоговых льгот при оплате отдыха работникам, организуемого на территории Российской Федерации.

В отношении заказчика Правилами установлен ряд обязанностей исполнителя (гостиницы) аналогично обязанностям в отношении потребителя: это обязанность по доведению Правил до сведения потребителя (заказчика), обязанности при оформлении бронирования и другие.

В целом, новые Правила предоставляют гостиницам большую свободу в определении порядка взаимодействия с постояльцами, по сравнению с ранее действовавшими.

Так, установлено, что требования к гостиничным услугам, в том числе к их объему и качеству, определяются по соглашению сторон договора, если федеральными законами или иными нормативными правовыми актами РФ не предусмотрены другие требования. Таким образом, в Правилах получил закрепление принцип свободы договора, сформулированный в Гражданском Кодексе как основополагающий принцип гражданского оборота.

Кроме того, гостиницам предоставлено право самостоятельно устанавливать не противоречащие законодательству РФ правила проживания и пользования гостиничными услугами.

Как уже упоминалось, в новых Правилах впервые упоминается понятие «малое средство размещения», к которым относятся гостиницы и иные средства размещения с номерным фондом менее 50 номеров. Необходимость правового регулирования таких средств размещения очевидна- в курортных местах наблюдается бурный рост числа малых гостиниц, гостевых домов, управление и содержание которыми, как правило, осуществляется силами одной семьи. Очевидно, что деятельность таких малых семейных предприятий нуждается в определенных мерах поддержки со стороны государства, в том числе правовых. Правилами предоставления гостиничных услуг в отношении малых средств размещения установлено пока одно специальное правило- изъятие из обязанности гостиницы обеспечить круглосуточное обслуживание постояльцев. Возможно, в скором будущем потребности малых средств размещения в мерах правовой поддержки и регулирования будут отражены в принятии поправок к Правилам. Стоит добавить, что, помимо Правил, в отношении гостиниц

применяются правила о порядке классификации объектов туристской индустрии, что будет рассмотрено подробнее ниже.

Новые Правила более полно по сравнению с прежними определяют правила бронирования номеров в гостиницах- введены понятия «гарантированное» и «негарантированное» бронирование. Кроме того, Правила дают определение общего понятия «бронирование» - под ним понимается предварительный заказ мест и (или) номеров в гостинице заказчиком (потребителем).

Бронирование считается действительным (т.е., оформленным) с момента получения потребителем (заказчиком) уведомления, содержащего сведения о наименовании (фирменном наименовании) исполнителя, заказчике (потребителе), категории (виде) заказанного номера и о его цене, об условиях бронирования, о сроках проживания в гостинице, а также иных сведений, определяемых исполнителем (администрацией гостиницы). Иными словами, бронирование представляет собой разновидность предварительного договора, в котором стороны достигают соглашения о существенных условиях договора о предоставлении гостиничных услуг.

При гарантированном бронировании гостиница ожидает потребителя до расчетного часа дня, следующего за днем запланированного заезда. В случае несвоевременного отказа от бронирования, опоздания или незаезда потребителя с него или с заказчика взимается плата за фактический простой номера (места в номере), но не более чем за сутки. При опоздании более чем на сутки гарантированное бронирование аннулируется.

При негарантированном бронировании гостиница ожидает потребителя до определенного часа, установленного исполнителем, в день заезда, после чего бронирование аннулируется.

Потребитель вправе аннулировать заявку о бронировании. Необходимо отметить, что Правила отнесли на усмотрение исполнителя лишь определение порядка и формы отказа от бронирования. Правилами не установлены последствия для потребителя вследствие отказа от бронирования. По принятой международной практике зачастую бронирование осуществляется при условии предварительной оплаты стоимости проживания за короткий срок, как правило, за одни сутки, или даже в меньших размерах. При отказе от бронирования внесенный платеж не возвращается. Однако в России в некоторых особенно популярных туристических местах встречается практика бронирования при условии оплаты проживания более продолжительного периода; при отказе от бронирования уплаченная сумма не возвращается. Представляется, что такие ситуации нуждаются в дополнительной проработке в рамках Правил предоставления гостиничных услуг.

Согласно п.14 Правил предоставления гостиничных услуг бронирование может быть осуществлено в любой форме, в том числе путем составления документа, подписанного двумя

сторонами, а также путем принятия заявки на бронирование (далее - заявка) посредством почтовой, телефонной и иной связи, позволяющей установить, что заявка исходит от потребителя или заказчика. Форма заявки устанавливается исполнителем (т.е. администрацией гостиницы).

2. Договор гостиницы и постояльца.

В соответствии с п. 1 ст. 426 ГК РФ договор на предоставление гостиничных услуг (гостиничное обслуживание) является публичным договором. Согласно п. 1 ст. 10 Закона РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее- Закон о защите прав потребителей) исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию об услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора; установлено, что по отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

В соответствии с данной нормой Правила предоставления гостиничных услуг, как старые, так и новые, традиционно содержат условия о перечне и способах доведения до постояльцев информации об условиях предоставления гостиничных услуг.

К такой информации, согласно пункту 10 действующих Правил предоставления гостиничных услуг, относится:

а) сведения об исполнителе, номер его контактного телефона, а также данные документа, подтверждающего факт внесения сведений о юридическом лице в Единый государственный реестр юридических лиц либо факт внесения сведений об индивидуальном предпринимателе в Единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей, с указанием органа, осуществившего государственную регистрацию;

б) сведения о вышестоящей организации (при наличии);

в) сведения о присвоении гостинице категории, если такая категория присваивалась, с указанием присвоенной категории, наименования аккредитованной организации, проводившей классификацию, даты выдачи и номера свидетельства, срока его действия;

г) сведения о сертификации услуг, если такая сертификация проводилась в порядке, предусмотренном системой сертификации услуг гостиниц;

д) категории номеров гостиницы (в случае присвоения категории) и цену номеров (места в номере);

е) перечень услуг, входящих в цену номера (места в номере);

ж) сведения о форме и порядке оплаты гостиничных услуг;

з) перечень и цену иных платных услуг, оказываемых исполнителем за отдельную плату, условия их приобретения и оплаты;

и) сведения о форме, условиях и порядке бронирования, аннулирования бронирования;

к) предельный срок проживания в гостинице, если он установлен исполнителем;

л) перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании гостиничных услуг в соответствии с законами, иными нормативными правовыми актами;

м) сведения об иных платных услугах, оказываемых в гостинице третьими лицами;

н) сведения о времени заезда (выезда) из гостиницы;

о) сведения о правилах проживания в гостинице.

Перечисленные выше сведения, в соответствии с пунктом 10 Правил предоставления гостиничных услуг, должны быть размещены в помещении, предназначенном для оформления временного проживания, в удобном для обозрения месте (как правило, это стойка администратора), а также на сайте гостиницы в сети Интернет.

Во избежание недоразумений в Правилах перечислены виды документа, удостоверяющего личность потребителя, который исполнитель (гостиница) вправе запросить для заключения договора о предоставлении гостиничных услуг.

К таким документам отнесены:

а) паспорт гражданина Российской Федерации, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации на территории Российской Федерации;

б) паспорт гражданина СССР, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации, до замены его в установленный срок на паспорт гражданина Российской Федерации;

в) свидетельство о рождении - для лица, не достигшего 14-летнего возраста;

г) паспорт, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации за пределами Российской Федерации, - для лица, постоянно проживающего за пределами Российской Федерации;

д) паспорт иностранного гражданина либо иной документ, установленный федеральным законом или признанный в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность иностранного гражданина;

е) документ, выданный иностранным государством и признанный в соответствии с международным договором Российской Федерации в качестве документа, удостоверяющего личность лица без гражданства;

ж) разрешение на временное проживание лица без гражданства;

з) вид на жительство лица без гражданства.

Регистрация в гостинице несовершеннолетних граждан, не достигших 14-летнего возраста, осуществляется на основании документов, удостоверяющих личность находящихся вместе с ними родителей (усыновителей, опекунов) или близких родственников,

сопровождающего лица (лиц), документа, удостоверяющего полномочия сопровождающего лица (лиц), а также свидетельств о рождении этих несовершеннолетних.

Постановка иностранного гражданина и лица без гражданства на учет по месту пребывания в гостинице и снятие их с учета по месту пребывания осуществляются в соответствии с Правилами осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 15 января 2007 г. N 9 «О порядке осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации». Абзацем 3 пункта 20 данного постановления установлено, что по прибытии иностранного гражданина в гостиницу администрация гостиницы обязана в течение 1 рабочего дня, следующего за днем его прибытия, уведомить территориальный орган Федеральной миграционной службы о прибытии иностранного гражданина в место пребывания. Уведомление территориального органа Федеральной миграционной службы администрацией гостиницы о прибытии иностранного гражданина в место пребывания может осуществляться с использованием входящих в состав сети электросвязи средств связи.

Как уже упоминалось выше, пунктом 20 Правил предоставления гостиничных услуг определена форма договора об оказании гостиничных услуг- это должен быть документ, подписанный двумя сторонами.

В соответствии с п.20 Правил предоставления гостиничных услуг договор между гостиницей и постояльцем должен содержать следующие условия:

наименование гостиницы (для индивидуальных предпринимателей - фамилию, имя, отчество, сведения о государственной регистрации);

сведения о заказчике (заказчиком может быть не только постоялец, но и, например, работодатель при оформлении проживания командированного лица);

сведения о предоставляемом номере (месте в номере);

цену номера (места в номере);

период проживания в гостинице

другие необходимые данные по усмотрению исполнителя.

В соответствии с п. 2 ст. 426 ГК РФ цена услуг, связанных с гостиничным обслуживанием, должна быть одинаковой для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей.

В контексте соответствующих положений п. 4 ст. 426 ГК РФ и ст. ст. 1, 38 Закона о защите прав потребителей для исполнителя являются обязательными все требования Правил о предоставлении гостиничных услуг; следовательно, в договоре на оказание гостиничных услуг

в числе других сведений, предусмотренных п. 10 Правил, в обязательном порядке должна присутствовать цена номера (места в номере).

По общему правилу, закрепленному в п. 1 ст. 424 ГК РФ, исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон.

Согласно п. 1 ст. 432 ГК РФ договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Пунктом 20 Правил предоставления гостиничных услуг установлена письменная форма договора между гостиницей и потребителем (документ, подписанный обеими сторонами).

Согласно ст. 37 Закона о защите прав потребителей потребитель обязан оплатить оказанные ему услуги в порядке и в сроки, которые установлены договором с исполнителем. То есть в силу этого гражданско-правового обязательства потребитель (как должник) в конечном итоге обязан совершить в пользу исполнителя гостиничных услуг (как кредитора) определенные действия, предполагающие уплату денежных средств (ст. 307 ГК РФ). При этом с учетом положений ст. 309 ГК РФ названное денежное обязательство должно быть исполнено потребителем надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона, иных правовых актов.

Несмотря на повторение Правилами закрепленного в ГК РФ принципа свободы договора абзацем 3 пункта 25 Правил предоставления гостиничных услуг установлен случай, когда допускается государственное регулирование цен на гостиничные услуги:

В случае если в соответствии с законодательством Российской Федерации вводится государственное регулирование стоимости гостиничных услуг (гостиничного обслуживания) в период проведения мероприятий (церемоний), стоимость гостиничных услуг не может превышать максимально установленной стоимости для данной категории гостиницы. Очевидно, что данная норма призвана не допустить спекулятивного подъема цен в периоды повышенного спроса на гостиничные услуги, которые наступают во время проведения различных крупных массовых мероприятий, в том числе Олимпийских Игр, Чемпионатов Мира и пр.

При организации проведения Олимпийских Игр в г.Сочи государство не осуществляло регулирование ценообразования гостиничных услуг, ограничившись возложением на гостиницы обязанности обеспечить соответствие классификации объектов туристской индустрии.

При подготовке к чемпионату мира по футболу FIFA 2018 год и Кубка конфедераций FIFA 2017 года Федеральным законом от 07.06.2013 N 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA

2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» предусмотрена возможность государственного регулирования цен на гостиничные услуги.

Пунктом 3 статьи 36 данного закона предусмотрено, что в период проведения спортивных соревнований, перечень которых устанавливается уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, Правительство Российской Федерации вправе осуществлять государственное регулирование стоимости гостиничного обслуживания в субъектах Российской Федерации. При этом устанавливаемая Правительством Российской Федерации стоимость гостиничного обслуживания определяется исходя из присвоенной гостинице или иному средству размещения категории.

Пунктом 27 Правил предоставления гостиничных услуг специально перечислены услуги, которые должны предоставляться постояльцу без взимания дополнительной платы (сверх цены места в гостинице):

- вызов скорой помощи;
- пользование медицинской аптечкой;
- доставка в номер корреспонденции, адресованной постояльцу, по ее получении;
- побудка к определенному времени;
- предоставление кипятка, иголок, ниток, одного комплекта посуды и столовых приборов.

В соответствии с п.26 Правил предоставления гостиничных услуг исполнитель (гостиница) не вправе без согласия потребителя (постояльца) выполнять дополнительные, не входящие в цену номера, услуги за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких услуг, а если они оплачены, потребитель вправе потребовать от исполнителя возврата уплаченной суммы.

Потребитель (заказчик) обязан оплатить гостиничные услуги и иные платные услуги в полном объеме после их оказания потребителю.

С согласия потребителя (заказчика) оплата гостиничных услуг может быть произведена при заключении договора в полном объеме или частично.

При осуществлении расчетов с потребителем исполнитель выдает потребителю кассовый чек или документ, оформленный на бланке строгой отчетности.

Плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с расчетным часом.

В случае задержки выезда потребителя после установленного расчетного часа плата за проживание взимается с потребителя в порядке, установленном исполнителем.

При размещении потребителя с 0 часов 00 минут до установленного расчетного часа плата за проживание взимается в размере, не превышающем плату за половину суток.

Учитывая, что постоялец может прибыть в гостиницу в любое время суток, в интересах постояльца пунктом 22 Правил предоставления гостиничных услуг специально установлено, что исполнитель должен обеспечить круглосуточное оформление постояльцев, прибывающих в гостиницу и убывающих из нее. Исключение для этого правила по вполне понятным причинам установлено для гостиниц с номерным фондом не более 50 номеров («малые средства размещения»).

Также постоялец вправе в любое время суток требования от администратора оформить все необходимые документы при прекращении проживания в гостинице.

Правилами предоставления гостиничных услуг установлены особые гарантии защиты интересов постояльца при досрочном расторжении договора по инициативе постояльца.

В соответствии с п. 32 Правил предоставления гостиничных услуг при досрочном расторжении договора с гостиницей постоялец обязан оплатить гостинице фактически понесенные расходы. Как правило, к таким расходам относится стоимость проживания и расходы, понесенные гостиницей в целях исполнения договора с постояльцем, если они не входят в стоимость проживания (например, за оказание дополнительных услуг, не включенных в цену номера). Последствия отказа от исполнения договора о предоставлении гостиничных услуг по инициативе постояльца (заказчика), сформулированные в пункте 32 Правил предоставления гостиничных услуг, полностью соответствуют правилам об одностороннем отказе от исполнения договора возмездного оказания услуг, установленным в статье 782 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Возможность установления каких-либо штрафных санкций со стороны гостиницы в данном случае законодательством не предусмотрена.

Для гостиницы как для субъекта предпринимательской деятельности установлены более строгие правила отказа от исполнения договора об оказании гостиничных услуг- гостиница имеет право на этот шаг лишь в случае нарушения постояльцем условий договора; при этом постоялец обязан лишь возместить гостинице фактически понесенные ей расходы; штрафные санкции в отношении постояльца не предусмотрены и в этом случае. Стоит отметить, что правила в отношении отказа исполнителя от исполнения договора о предоставлении гостиничных услуг отличаются более строгими требованиями к исполнителю по сравнению с общими положениями об одностороннем отказе исполнителя от исполнения договора возмездного оказания услуг, сформулированными в пункте 2 статьи 782 Гражданского Кодекса Российской Федерации, в соответствии с которым право исполнителя на односторонний отказ не обусловлено нарушением договора со стороны заказчика (потребителя).

Отношения гостиницы и постояльца в связи с обеспечением сохранности вещей постояльца регулируются гражданским законодательством, а именно статьей 925 ГК РФ,

которая так и озаглавлена «Хранение в гостинице». По сравнению с общими положениями о договоре хранения у отношений в связи с хранением в гостинице имеется особенность-отдельный договор хранения между гостиницей и постояльцем не заключается. Обязанность гостиницы по обеспечению сохранности вещей постояльца возникает автоматически с момента заселения постояльца, в силу самого факта проживания постояльца в гостинице. Внесенной вещью считается любая вещь, помещенная в стенах гостиницы - в номере, коридоре или столовой, где отведены места для оставления вещей, а также вещь, вверенная работникам гостиницы.

Объявления администрации гостиницы о том, что она не несет ответственности за несохранность вещей постояльцев, противоречат положениям статьи 925 Гражданского Кодекса Российской Федерации и не являются основанием для освобождения от такой ответственности.

В соответствии с пунктом 2 статьи 925 обязанность гостиницы обеспечить сохранность вещей постояльцев не распространяется на следующие виды вещей:

- деньги;
- валютные ценности;
- ценные бумаги;
- драгоценности;
- иные ценные вещи.

Гостиница отвечает за утрату вышеперечисленных вещей постояльца только при условии, что они были приняты гостиницей на хранение либо были помещены постояльцем в предоставленный ему гостиницей индивидуальный сейф независимо от того, находится этот сейф в его номере или в ином помещении гостиницы. Если же из этого сейфа вещи постояльца все же пропали, гостиница освобождается от ответственности за несохранность содержимого такого сейфа, если докажет, что по условиям хранения доступ к сейфу без ведома постояльца был невозможен либо стал возможным вследствие непреодолимой силы. То есть, бремя доказывания в данном случае падает на гостиницу.

В соответствии с пунктом 3 статьи 925 на постояльца возложена обязанность незамедлительного оповещения администрации гостиницы о пропаже или повреждении своих вещей. В противном случае гостиница освобождается от ответственности за несохранность вещей.

Подводя итоги, можно перечислить следующие случаи освобождения гостиницы от ответственности за утрату или повреждение вещей постояльцев:

- постоялец, обнаруживший утрату, недостачу или повреждение своих вещей, не заявил своевременно об этом администрации гостиницы;

- утраченная вещь была оставлена в не отведенных для этого местах - у входа в гостиницу, на стойке администратора (если вещь при этом не была передана непосредственно в руки работника гостиницы) и пр.;

- утраченная вещь относится к ценным вещам (деньги, драгоценности и пр.) и не была передана гостинице на хранение или помещена в специальный индивидуальный сейф;

- утраченная вещь находилась в индивидуальном сейфе, но по условиям хранения доступ кого-либо к сейфу без ведома постояльца был невозможен либо стал возможным вследствие непреодолимой силы.

3. Формирование системы классификации туристических объектов

Система классификации объектов туристской индустрии сформирована в Российской Федерации из положений Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (далее- Закон об основах туристской деятельности) и принятых в соответствии с ними подзаконных нормативных актов.

Статьей 5 Закона об основах туристской деятельности определен перечень объектов туристской индустрии, подлежащих классификации, а установлено, что классификация осуществляется не государственными органами, а аккредитованными организациями в порядке, установленном органом исполнительной власти; аккредитация таких организаций отнесена статьей 5 к компетенции органов государственной власти субъектов Российской Федерации и осуществляется в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.

К объектам туристской индустрии, подлежащим классификации, относятся гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи.

Пунктом 5 Правил предоставления гостиничных услуг установлено, что предоставление гостиничных услуг допускается только при наличии свидетельства о присвоении гостинице категории по системе классификации гостиниц, утвержденной Минкультуры России, в случае если в соответствии с законодательством такое требование вводится для отдельных субъектов РФ или на всей территории России.

По состоянию на декабрь 2015 года классификация гостиниц и иных средств размещения осуществляется добровольно, за исключением двух случаев обязательной классификации:

1) В случае, предусмотренном Федеральным законом от 1 декабря 2007 г. N 310-ФЗ «Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесения изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в период с 1 июля 2011

года по 31 декабря 2016 года на территории муниципального образования город-курорт Сочи предоставление гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания допускается при наличии свидетельства о присвоении гостинице или иному средству размещения категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, в порядке, установленном в соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2) В случае, предусмотренном Федеральным законом от 7 июня 2013 г. N 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в период с 1 июля 2015 года в субъектах Российской Федерации, в которых будут проводиться спортивные соревнования, перечень которых устанавливается уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти, предоставление гостиничных услуг, услуг по временному размещению и (или) обеспечению временного проживания допускается при наличии свидетельства о присвоении гостинице или иному средству размещения категории, предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, в порядке, установленном в соответствии с Федеральным законом от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

В настоящее время завершено формирование системы классификации объектов туристской индустрии, в том числе гостиниц и иных средств размещения. Порядок классификации утвержден Приказом Минкультуры РФ от 11 июля 2014 года № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемая аккредитованными организациями» (зарегистрировано в Минюсте России 29.12.2014 № 35473). Согласно федеральному закону об основах туристской деятельности в Российской Федерации, аккредитация таких организаций проводится органами государственной власти субъектов РФ в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Данный порядок утвержден Приказом Минкультуры от 29.04.2015 N 1340 «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи» (Зарегистрировано в Минюсте России 07.10.2015 N 39191).

Применительно к гостиницам и иным средствам размещения установлена балльная система оценки по более чем 10 критериям. Оценке подлежат различные параметры гостиничного комплекса по следующим критериям:

состояние здания и прилегающей к нему территории;

техническое оборудование и оснащение (например, для 5-ти звездочных гостиниц предусмотрено наличие круглогодичного кондиционирования воздуха во всех помещениях);

различные характеристики номерного фонда (общее количество номеров, соотношение количества номеров различной степени комфортности, характеристики номеров каждой категории комфортности);

оснащение санитарных объектов общего пользования;

характеристики общественных помещений (в том числе площадь таких помещений, их оборудование, наличие бассейнов и пр.);

наличие и оснащение помещений для предоставления услуг питания;

наличие различных дополнительных услуг, оказываемых постояльцам (в том числе вручение корреспонденции, уборка, частота смены белья, туристские услуги и пр.);

характеристики услуг питания;

требования к персоналу и его подготовке;

соответствие требованиям, предъявляемым к гостиницам с количеством номеров более 50;

соответствие требованиям, предъявляемым к гостиницам с количеством номеров менее 50;

соответствие особым требованиям, предъявляемым к оценке курортных гостиниц (в том числе степень удаленности от пляжной линии и т.д.);

соответствие особым требованиям, предъявляемым к гостиницам, находящимся в зданиях, являющихся объектами культурного наследия.

Порядок аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, Приказом Минкультуры России от 29.04.2015 N 1340 «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи» (зарегистрировано в Минюсте России 07.10.2015 N 39191).

Оценка организаций, претендующих на получение аккредитации, будет осуществляться после изучения следующих сведений:

- о стоимости работ по классификации;
- о разработанной и внедренной системе качества проведения работ по классификации объектов туристской индустрии, а также системе учета и документирования выполнения таких работ, в том числе утвержденных организацией правил ведения делопроизводства, архива;
- о наличии в организации не менее трех специалистов, имеющих стаж практической работы в области классификации объектов туристской индустрии не менее трех лет, высшее

образование по направлениям «Туризм» или «Гостиничное дело», либо непрофильное высшее образование и дополнительное образование по программе «Классификация объектов туристической индустрии», полученное в течение пяти предыдущих лет (как минимум один из них должен работать по трудовому договору).

Документы рассматриваются уполномоченным государственным органом в течение 10 дней. В случае успешной аккредитации организации выдается соответствующий аттестат, действующий три года.

Как уже упоминалось, в настоящее время классификация гостиниц и иных средств размещения осуществляется добровольном порядке. Однако в ближайшем будущем ожидается введение обязательности классификации, что послужит улучшению качества оказания гостиничных услуг и улучшению информированности потребителей о характеристиках гостиничных услуг, оказываемых той или иной гостиницей или иным средством размещения (пансионатом, домом отдыха, турбазой).

Министерством культуры разработан проект федерального закона, который делает классификацию гостиниц обязательной.

Законопроектом предлагается дополнить Закон о туристской деятельности правовыми нормами, в соответствии с которыми оказание гостиничных услуг допускается при наличии у отельера (понятие «отельер» также вводится данным законопроектом) свидетельства о присвоении средству размещения той или иной категории.

Обязательную классификацию гостиниц предлагается ввести с 1 сентября 2018 года.

С этого дня осуществление гостиницами своей деятельности будет возможно только при условии подтверждения соответствия квалификационным требованиям системы классификации гостиниц.

Источник: https://zakon.ru/blog/2015/12/17/pravovoe_regulirovanie_gostinichnoj_deyatelnosti_v_r_ossijskoj_federacii

Вопросы к обсуждению:

1. В соответствии с каким документом осуществляется оказание гостиничных услуг в РФ?
2. Какие договоры у гостиницы и постояльца?
3. В каком пункте специально перечислены услуги, которые должны предоставляться постояльцу без взимания дополнительной платы (сверх цены места в гостинице)?
4. Какие это услуги (см. вопрос 3)?
5. На что не распространяется обязанность гостиницы обеспечить сохранность вещей?

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

3. Цели занятия.

- знать правовые документы, которые регулируют гостиничную деятельность
- знать правовые документы, которые регулируют оказания услуг в общественном питании
- сформулировать представление о правовых документах, используемых в регулирование гостиничной деятельности и оказании услуг в общественном питании

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Мотивация и стимулирование	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

О правовом регулировании услуг общественного питания, в том числе доставки еды

В связи с развитием информационных технологий все больше предприятий общественного питания реализуют свою продукцию с доставкой на дом или офис, заказ которой

осуществляется через «Интернет». Подобные предложения размещаются как на официальных сайтах предприятий, так и в социальных сетях типа групп «В Контакте» и прочее.

Учитывая популярность такого направления деятельности организаций общественного питания, следует еще раз обратить внимание потребителей на основные требования, которые законодательство о защите прав потребителей устанавливает для организаций, реализующих свою продукцию с доставкой и о правовых последствиях их несоблюдения.

Предоставление данных услуг регулируется Гражданским Кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации от 07.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» и Правилами оказания услуг общественного питания, утвержденными Постановлением Правительства Российской Федерации от 21.09.2020г. № 1515.

Одним из главных требований является обеспечение потребителя полной и достоверной информацией о предприятии общественного питания и реализуемой им продукции.

Условия оказания услуг.

Условия оказания услуги, в том числе ее цена, устанавливаются одинаковыми для всех потребителей, за исключением случаев, когда законодательством Российской Федерации допускается предоставление льгот для отдельных категорий граждан.

Исполнитель вправе самостоятельно устанавливать в местах оказания услуг правила поведения для потребителей, не противоречащие законодательству Российской Федерации (например, запрещение нахождения в верхней одежде и другие).

Наряду с оказанием услуг общественного питания исполнитель вправе предложить потребителю другие возмездные услуги (например, услуги ведущего, музыкальное сопровождение и др.). Однако, выполнять их без согласия потребителя не допускается. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких услуг, а если они оплачены, - потребовать от исполнителя возврата уплаченной суммы.

Право на информацию.

На вывеске организации общественного питания размещается следующая информация:

- фирменное наименование организации;
- адрес;
- тип, класс и режим работы.

Индивидуальный предприниматель должен предоставить информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа.

Если деятельность исполнителя подлежит лицензированию (например, розничная продажа алкогольной продукции), то необходимо довести до потребителя информацию о номере, сроке действия лицензии, а также об органе, ее выдавшем, которая размещается в удобных для ознакомления потребителем местах («уголок потребителя»).

Информация об услугах должна содержать:

- перечень услуг и условия их оказания;
- цены в рублях и условия оплаты;
- наименование предлагаемой продукции с указанием способов приготовления блюд и входящих основных ингредиентов;
- сведения о весе (объеме) порций готовых блюд, объеме порции предлагаемой алкогольной продукции;
- сведения о пищевой ценности (калорийность, содержание белков, жиров, углеводов, витаминов, макро- и микроэлементов при добавлении их в процессе приготовления) и составе (в том числе, наименование использованных в процессе изготовления пищевых добавок (Е), БАД, наличие ГМО);
- обозначения нормативных документов, обязательным требованиям которых должна соответствовать продукция общественного питания или оказываемая услуга;
- правила оказания услуг общественного питания.

Потребитель вправе получить дополнительную информацию об основных потребительских свойствах и качестве предлагаемой продукции общественного питания, а также об условиях приготовления блюд, если эти сведения не являются коммерческой тайной.

Информация о продукции и об услугах доводится до сведения потребителей на русском языке посредством меню, прейскурантов или иными способами, принятыми при оказании таких услуг. Причем, потребитель должен иметь возможность ознакомиться с информацией, как в зале, так и вне зала обслуживания.

Предприятие общественного питания может иметь «рекламное» меню, однако по требованию потребителя должно предложить ознакомиться с «юридическим» меню, в котором подробно указывается вся информация об услуге - технология приготовления блюд, состав (белки, жиры, углеводы, калорийность), наличие аллергенов, ГМО и т.д.

В барном меню (винной карте) указываются наименование, объем и цена алкогольной продукции в потребительской таре, или) наименование, объем и цена за порцию, не превышающую 1 литра алкогольной продукции (объем порции устанавливается по усмотрению исполнителя).

Важно! Исполнитель обязан предоставить потребителю возможность проверить объем (массу) предлагаемой ему продукции. Для проверки потребителем правильности меры и веса приобретенного блюда на доступном месте должно быть установлено соответствующее измерительное оборудование (весы).

Порядок оказания услуг.

Исполнитель обязан оказать услугу любому потребителю, обратившемуся к нему с намерением ее заказать, на условиях, согласованных сторонами.

При входе в некоторые заведения общественного питания можно встретить объявление о праве администрации отказать в посещении без объяснения причин. Это, в свою очередь, ограничивает права потребителей, ведь заведение обязано предоставлять свои услуги любому обратившемуся потребителю, причем условия должны быть одинаковы для всех. К тому же посетитель имеет право на получение всей необходимой информации, в т.ч. и по условиям прохода в заведение. Таким образом, формулировка «без объяснения причин» противоречит нормам закона. Информация должна быть полной и не должна носить дискриминирующий характер.

Важно! В организациях общественного питания есть возможность осуществить предварительный заказ стола – Правила оказания услуг общественного питания позволяют это сделать. Он может быть оформлен письменно, либо посредством телефонной, электронной или иной связи. Если за «бронирование» взимают деньги, – это не противоречит законодательству, но впоследствии эта сумма должна быть зачтена в счет заказа.

Момент и способ оплаты услуг (предварительная, после отбора блюд, после приема пищи, с авансом или без него, наличный или безналичный расчет) определяется соглашением сторон. При оплате заказа потребителю должны выдать документ, подтверждающий внесение денег (кассовый чек, счет или другие). Услуги должны быть оказаны потребителю в сроки, согласованные с ним.

Важно! Потребитель имеет право на отказ от заказанной им услуги. При отказе от заказанной услуги потребитель обязан оплатить исполнителю фактически понесенные расходы, связанные с исполнением обязательств по договору.

Таким образом, при заключении договора об оказании услуг по организации и проведению банкетов, предприятия общественного питания не вправе включать в его текст условие о том, что при отказе потребителя от данных услуг, внесенная сумма предоплаты возврату не подлежит. Исполнитель имеет право претендовать на ту сумму, которая покрывает его фактические расходы в связи с исполнением данного договора (причем все расходы должны быть подтверждены документально).

В случае нарушения прав потребителей

При нарушении сроков исполнения предварительного заказа на оказание услуги потребитель вправе по своему выбору:

- назначить исполнителю новый срок;
- потребовать уменьшения цены за оказываемую услугу;
- отказаться от исполнения договора об оказании услуги.

Если потребитель обнаружит недостатки оказанной услуги, то он вправе по своему выбору потребовать:

- а) безвозмездного устранения недостатков оказанной услуги, включая продукцию общепита;
- б) уменьшения цены оказанной услуги, включая продукцию общепита;
- в) безвозмездного повторного изготовления продукции общепита надлежащего качества.

Так, если в блюде были обнаружены посторонние предметы (например, мухи, стекло), то потребитель вправе потребовать повторно бесплатно приготовить блюдо надлежащего качества в срок, предусмотренный договором об оказании услуги, который был не надлежаще исполнен (другими словами, в первоначально установленный срок). Если еда приготовлена некачественно, то он вправе потребовать безвозмездного устранения недостатков оказанной услуги, включая продукцию общественного питания (например, разогреть, охладить, досолить, дожарить, доварить до готовности и т.д.). Кроме всего прочего, потребитель вправе отказаться от исполнения договора об оказании услуги и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный указанным договором срок недостатки оказанной услуги не устранены исполнителем. Потребитель также вправе отказаться от исполнения договора об оказании услуги, если им обнаружены существенные недостатки оказанной услуги или иные существенные отступления от условий договора.

Необходимо помнить, что исполнитель обязан иметь «Книгу отзывов и предложений», которая предоставляется потребителю по его требованию, а потребителю следует получить у исполнителя документ, подтверждающий оплату оказанных услуг (кассовый чек и т.д.).

Претензии к исполнителю услуг лучше всего оформлять письменно, в двух экземплярах, вручая один из них исполнителю под роспись (либо направляя по почте заказным письмом с уведомлением и описью вложения).

Источник: https://63.rospotrebnadzor.ru/directions_of_activity/protect/-/asset_publisher/0KuO/content/o-правовом-регулировании-услуг-общественного-питания-в-том-числе-доставки-еды

Вопросы к обсуждению:

1. Каким документом регулируется оказание услуг общественного питания?
2. Какие условия оказания услуг?
3. Какую информацию должна предоставить организация?
4. Что должна содержать информация об услугах?
5. Что делать в случае нарушения прав потребителей?

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
 2. РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания
 Тема 3.1 Возникновение этикета

3. Цели занятия.

- Знать понятие этикет
- Изучить виды этикета
- Знать виды приема гостей
- Сформулировать представление о видах приемов гостей

4. Структура лекционного занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Мотивация и стимулирование	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией

Слово «этикет» появилось при короле Людовике XIV во Франции.

На одном из пышных приемов короля всем приглашенным были вручены карточки с правилами поведения, которые должны соблюдать гости.

Отсюда и произошло понятие «этикет» - воспитанность, хорошие манеры, умение вести себя в обществе. Эти карточки называли «этикетками».

Этикет Средневековья

Многие правила зародились еще в средневековье. Например, снимать шляпу или перчатку при приветствии.

Средневековый рыцарь, желая показать, что он находится в кругу друзей и ему нечего опасаться, снимал шлем или поднимал забрало.

Впоследствии, когда шлем уступил место другим головным уборам, дворянин снимал или приподнимал шляпу с той же целью показать, что он находится в кругу друзей.

Еще позже шляпу стали снимать перед вышестоящим лицом, а приветствуя равного себе, к ней лишь притрагивались. Женщин всегда приветствовали, снимая головной убор.

И в таком виде этот ритуал сохранился и в XIX веке, не меняясь на протяжении столетий. Даже короли Франции, которые не снимали шляпы ни перед кем, дотрагивались до нее при появлении дамы.

Обычай рукопожатия.

Обычай рукопожатия имеет более древнюю историю. Человек протягивал невооруженную ладонь с вытянутыми пальцами правой руки в знак отсутствия враждебных намерений. До наших дней сохранилась традиция, согласно которой младший по возрасту или положению никогда не протягивает руку первым, так как ее могут просто не принять.

Этикет в Египте

С давних времён летописцы, философы, писатели и поэты давали многочисленные рекомендации относительно поведения человека за столом.

В Древнем Египте в III тысячелетии до н. э. одной из популярных рукописей был сборник добрых советов «Поучения Кочемни».

В сборнике в виде рекомендаций отца сыновьям объяснялась необходимость практически обучать молодых людей правилам приличия и образцового поведения в обществе.

Уже тогда у египтян считалось необходимым пользоваться столовыми приборами, также умение есть красиво, бесшумно. Такое поведение расценивалось как большое достоинство и необходимый компонент культуры.

Соблюдение правил этикета доходило до абсурда. Даже была такая поговорка:

«Этикет делает королей рабами двора».

Развитие этикета в России

В русский язык слово этикет вошло в начале XVII века. Сначала этикет использовался как придворный церемониал. При появлении книгопечатания, стали появляться первые пособия по этикету.

Первая книга по этикету называлась «Домострой». В ней были изложены правила поведения человека в повседневной жизни.

Петр I, который много путешествовал по Европе, очень хотел, чтобы его подданные были похожи на европейцев. Он хотел перенять их обычаи, нравы.

При Петре I в 1717 году вышла в свет книга о хороших манерах под названием «Юности честное зерцало» или "Показания к житейскому обхождению". Эта книга была адресована молодежи и рассказывала о правилах поведения в обществе.

Воспитанному дворянину полагалось, например, быть всегда вежливым и учтивым, знать иностранные языки, уметь красноречиво говорить, с почтением относиться к старшим.

Источник: <https://obuchonok.ru/node/349>

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие этикет.
2. В чем заключался этикет Средневековья?
3. Обычай рукопожатия.
4. В чем заключался этикет в Египте?
5. В чем заключался этикет в России?

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
 2. РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания
 Тема 3.2 Виды приемов гостей

3. Цели занятия.

- Знать понятие этикет
- Изучить виды этикета
- Знать виды приема гостей
- Сформулировать представление о видах приемов гостей

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Виды банкетов,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Правила подачи,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Правила подачи алкогольных и безалкогольных напитков	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Приём гостей. Классификация

Барбекю

Барбекю — вариант неофициального приема, который проводится на открытом воздухе. Обычно на него приглашают близких друзей или родственников, что вполне допустимо сделать по телефону. Для проведения такого приема нужно иметь достаточно места и специальные приспособления для приготовления блюд. Блюда барбекю готовятся на особой жаровне. Если такой прием проводится вечером, нужно, чтобы ваш сад или патио, где проводится прием, были ярко освещены фонарями или развешанными гирляндами. Если к вечеру станет прохладно, можно пригласить гостей пройти на веранду или в дом.

Для сервировки столов не требуется парадный сервиз, напротив, неплохо будут смотреться керамическая посуда и обычные столовые приборы. Не забудьте о цветах — их можно ставить в кувшинах или необычных сосудах, они подчеркнут очарование летнего вечера.

Основным блюдом на приеме барбекю являются мясо, рыба или дичь, приготовленные на жаровне. Можно приготовить легкие закуски, но их должно быть немного, поскольку основное блюдо очень сытное. Вполне подойдут орешки и хрустящий картофель. Не забудьте поставить побольше зелени и соусов. Горячим обычно занимается хозяин, и после того как он положит гостю понравившийся кусок мяса или рыбы, гость сам выберет ту приправу или зелень, которая ему больше по вкусу. Напитки можно подавать любые — и пиво, и вино, и соки, главное, чтобы они сочетались с приготовленным вами барбекю.

Бранч

Этот вид приема представляет собой поздний завтрак, переходящий в ранний ленч, который по времени проводится ближе к ленчу. Бранч носит неофициальный, даже будничный характер, и для него не нужно искать особого повода — его проводят тогда, когда просто хочется встретиться с друзьями или соседями. Угощения ставятся на столе, как на приеме а-ля фуршет, они обычно более скромные, чем на обеде или ленче, — красивые бутерброды, вафли, кусочки курицы в сметане. Готовят и фирменное блюдо. На отдельном столе размещают соки и кофе.

Коктейль

В наши дни коктейли стали очень распространенной формой приемов, поскольку они достаточно демократичны, для их подготовки требуется меньше времени и они позволяют принять большое количество гостей в сравнительно небольшом помещении. Коктейли могут быть деловыми, которые проводят в перерывах между заседаниями на конгрессах и симпозиумах и которые длятся 40-50 минут, и банкеты-коктейли продолжительностью до 2 часов, их часто проводят на свежем воздухе.

На коктейль (неделовой) можно приглашать по телефону, если гостей немного, или разослать приглашения, если предполагается принять большое общество.

На коктейле можно предложить гостям любые закуски, главное условие, чтобы их можно было есть без использования столовых приборов (только при помощи шпажек). Можно на стол, где размещены закуски, поставить также стопку небольших тарелок, чтобы гости могли положить на них выбранные закуски, хотя, конечно, не слишком удобно держать в одной руке бокал, в другой — тарелку, при этом пытаться с кем-то общаться, обмениваться рукопожатием. Поскольку закуски часто бывают жирными, обязательно нужно положить бумажные или тканевые салфетки, которые могут на время исполнить роль тарелок и не дать гостям случайно испачкаться. Кстати, если вы не хотите, чтобы от тарелок и стаканов на ваших столах остались

некрасивые крути, разложите побольше декоративных круглых бумажных или соломенных подставок.

Меню коктейля может быть самым разнообразным, например оливки, бутерброды-канапе с икрой, семгой, осетриной, ветчиной, тарталетки с паштетом, салатом, на горячее — франкфуртские сосиски, которые можно обжарить тут же, на пламени спиртовой горелки, люля-кебаб, кусочки рыбы в тесте, куриные крылышки и многое другое. На десерт обычно предлагают мороженое, желе, свежие фрукты, пирожное, орешки.

Само название приема — коктейль — предполагает достаточно широкий выбор напитков. При этом важно купить столько напитков/ чтобы всем хватило. Обычно исходят из того, что каждый гость выпьет в среднем по три порции, а одной бутылки хватает на семь человек.

Пикник

Пикник — это особый способ отметить какой-либо праздник, и, хотя на первый взгляд кажется, что это просто — собрать корзинку с продуктами и уехать за город, — лучше подготовиться к нему заранее. Чтобы не испортить праздник, тщательно обдумайте список гостей. Ведь наверняка среди ваших знакомых есть такие, которым пикники противопоказаны, — они будут бурчать из-за отсутствия удобств и избытка комаров. Пусть эти люди останутся дома. На пикник должны ехать те, кому нравится жарить шашлык или сосиски на шампурах, изобретать оригинальные бутерброды и т. п. Фактически пикник — это фуршет на природе. Если на него отправляются семейные пары с детьми, подумайте, чем вы займете детей и чем вы их накормите, в таком случае лучше захватить из дома заранее приготовленные бутерброды, холодную курицу, термос с чаем. Всегда лучше договориться, кто что берет — кто-то мясо, кто-то напитки, кто-то фрукты и сладости, тогда не придется на первое, второе и третье есть сардельки или жевать огурец. Кроме того, нужно подумать, как уезжать оттуда, куда вы забрались, поскольку туда вы поедете полные энтузиазма и утром, а возвращаться придется вечером. Не забудьте после пикника убрать за собой мусор, залить водой костер.

Фуршет

Обед, на котором каждый из приглашенных обслуживает себя сам, имеет несколько неоспоримых преимуществ. Прежде всего, на такой прием можно пригласить гораздо больше гостей, чем на прием с рассаживанием, однако нужно следить, чтобы все же хватало мест, где люди могут присесть, и не создавалась толпа у столов с закуской. То, что за гостями никто не ухаживает, нельзя расценивать как недостаток, они чувствуют себя более свободно, и хозяйка, даже если ей никто не помогает, может провести с гостями больше времени, чем при традиционном обеде за столом. Кроме того, свободная обстановка, царящая на таком приеме, позволяет выбирать самим те блюда, которые вам по душе, и тех собеседников, которые вам

приятны, чего никак нельзя сделать во время официального обеда. Немаловажно, что фуршеты обычно не столь продолжительны по времени, как приемы с рассадкой, и длятся около двух часов, гости с такого банкета могут уйти в любое время, не дожидаясь его окончания.

Название «фуршет» происходит от французского «а-ля фуршет», что буквально означает «на вилку», т. е. предполагается, что подаваемые закуски можно есть только при помощи вилки или руками (маленькие бутерброды, тарталетки, канапе, фондю, очищенные фрукты и т. п.). Есть несколько разновидностей фуршета: собственно фуршет, где едят стоя, и полу фуршет, когда гости могут удобно расположиться за обеденным столом или небольшими, например, журнальными столиками или раскладными столиками в саду. Приглашения могут рассылаться на личных карточках, специально купленных бланках или же можно пригласить гостей по телефону, обычно дней за десять.

Чай

На чай гостей приглашают по самым разным поводам. Чай, как и другие виды приемов, может быть официальным (по поводу визита важного гостя). Этот прием проводят во второй половине дня, и длится он около двух часов. Обстановка во время чайного приема обычно неофициальная. Вступать в разговор можно даже с теми людьми, которым вы не были представлены.

Обычно стол для чайного приема организуют в большой комнате, например в столовой, так чтобы к столу можно было легко подойти. Скатерть для чайного стола чаще бывает цветной, однако очень красиво смотрится и белая, отделанная кружевом. На стол со стеклянной столешницей скатерть можно не класть. Прием будет выглядеть намного торжественнее, если чай разливать из самовара.

На стол ставят сладости, торт или сладкий пирог, предварительно разрезанный на порции. Следует отметить, что меню чайного стола отличается от меню других приемов — здесь в основном предлагают торты, пирожные, кексы. Тем, кто не любит сладкого, можно предложить пирожки с начинкой и бутерброды.

Самое главное — правильно заварить чай, это должен быть настоящий напиток, доставляющий удовольствие, а не просто коричневый раствор непонятного вкуса.

Заваривайте чай следующим образом: залейте заварочный чайник кипятком, оставьте на несколько минут, чтобы он хорошо прогрелся, затем слейте воду. Положите по одной чайной ложке заварки в расчете на человека, затем залейте кипящей водой так, чтобы она покрывала содержимое чайника примерно на 2 см. Чай должен настаиваться 5 минут, для получения очень крепкой заварки — 10, после чего заварочный чайник доверху доливают кипятком.

Когда будете наливать чай, всегда интересуйтесь, какой чай предпочитает гость — крепкий или слабый. Если в заварку вообще не доливать кипятка, чай получится очень

концентрированным, и его свежесть не будет чувствоваться. Если требуется приготовить заварку на большое количество гостей, заварите чай в большом чайнике на кухне (его можно оставить на 3-4 минуты на плите), затем перелейте через ситечко в большой нагретый чайник из сервиза (если заварку оставить надолго в чайнике, чай будет горчить). При охлаждении такая заварка не потеряет своих качеств. Можно использовать и чай в пакетиках, однако при этом исчезает некое очарование самой процедуры чаепития, поскольку чай в пакетиках у многих прочно ассоциируется с завтраком на скорую руку.

Источник: <https://alegri.ru/karera/sekrety-delovoi-zhenschiny/vidy-priema-gostei.html>

Вопросы к обсуждению:

1. Какие виды приема гостей бывают?
2. Что такое бранч?
3. Что такое фуршет?
4. Что такое вид приема гостей: коктейль?
5. Чем фуршет отличается от бранча?

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Задание к разделу 1

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

- знать термины гостеприимства и гостиничного предприятия
- изучить организационную деятельность в индустрии гостеприимства
- сформулировать представление о деятельности гостиничных предприятий
- изучить правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Организационно-правовые формы организации деятельности в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Ответственность	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Предмет, метод и принципы предпринимательского права.
2. Понятие и признаки предпринимательской деятельности в современных условиях.
3. Классификация субъектов предпринимательского права.
4. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности.
5. Порядок создания коммерческих организаций.
6. Основания, порядок реорганизации коммерческих организаций.
7. Порядок ликвидации коммерческих организаций.
8. Актуальные проблемы правового положения отдельных субъектов предпринимательского права (по выбору магистранта).
9. Проблемы правового регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.
10. Особенности нормативного правового регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, их поддержка.

11. Понятие, формы, виды и средства государственного регулирования предпринимательской деятельности.
12. Система требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности.
13. Государственный контроль за осуществлением предпринимательской деятельности.
14. Саморегулирование в сфере предпринимательства.
15. Правовой режим имущества, используемого в предпринимательской деятельности.
16. Правовой режим основных и оборотных средств, нематериальных активов.
17. Правовой режим капиталов, фондов и резервов, образуемых в процессе предпринимательской деятельности.
18. Правовой режим денежных средств, иностранной валюты и ценных бумаг.
19. Понятие и правовое регулирование оценочной деятельности.
20. Понятие, признаки и правовое регулирование несостоятельности (банкротства).
21. Субъекты банкротства, их права и обязанности.

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.

3. Цели занятия.

- знать термины гостеприимства и гостиничного предприятия
- изучить организационную деятельность в индустрии гостеприимства
- сформулировать представление о деятельности гостиничных предприятий
- изучить правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Договоры в сфере гостиничной деятельности и общественного питания;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Договоры, заключаемые туроператорами в целях обеспечения возможности предоставления услуг и услуг по размещению и питанию туристам в составе туристского продукта;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Договор аренды;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4.	Договор об оказании гостиничных услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Предмет, метод и принципы предпринимательского права.
2. Понятие и признаки предпринимательской деятельности в современных условиях.
3. Классификация субъектов предпринимательского права.
4. Организационно-правовые формы осуществления предпринимательской деятельности.
5. Порядок создания коммерческих организаций.
6. Основания, порядок реорганизации коммерческих организаций.
7. Порядок ликвидации коммерческих организаций.
8. Актуальные проблемы правового положения отдельных субъектов предпринимательского права (по выбору магистранта).
9. Проблемы правового регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.
10. Особенности нормативного правового регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, их поддержка.
11. Понятие, формы, виды и средства государственного регулирования предпринимательской деятельности.
12. Система требований, предъявляемых к предпринимательской деятельности.
13. Государственный контроль за осуществлением предпринимательской деятельности.
14. Саморегулирование в сфере предпринимательства.
15. Правовой режим имущества, используемого в предпринимательской деятельности.
16. Правовой режим основных и оборотных средств, нематериальных активов.
17. Правовой режим капиталов, фондов и резервов, образуемых в процессе предпринимательской деятельности.
18. Правовой режим денежных средств, иностранной валюты и ценных бумаг.
19. Понятие и правовое регулирование оценочной деятельности.
20. Понятие, признаки и правовое регулирование несостоятельности (банкротства).
21. Субъекты банкротства, их права и обязанности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. В начале 90-х годов туризм занимал это место в мировой торговле товарами и услугами:
 - а) 3 +
 - б) 4
 - в) 2
2. Совокупность настоящих и потенциальных потребителей индустрии гостеприимства – это:
 - а) структура туристского рынка
 - б) рынок гостиничных услуг +
 - в) ассоциация потребителей индустрии гостеприимства
3. Из перечисленных разрядов, турбазы, кемпинги и туристские приюты имеют разряды:
 - а) 2
 - б) 4
 - в) В +
4. Из перечисленных служб и единиц персонала, менеджер по размещению руководит:
 - а) портье, швейцары +
 - б) горничные
 - в) бюро обслуживания

5. Первое место в рейтинге популярности среди зимних направлений у европейских туристов занимают:

- а) Египет
- б) Греция и Кипр
- в) острова Юго-Восточной Азии +

6. Самый высокий отель мира находится в:

- а) Гонконге
- б) Сингапуре +
- в) Нью-Йорке

7. Возглавляет работу гостиничного комплекса:

- а) исполнительный директор
- б) коммерческая служба
- в) генеральный директор (генеральный менеджер) +

8. Из перечисленных стран, самыми дорогими европейскими странами считаются:

- а) Великобритания, Швейцария +
- б) Испания
- в) Италия, Португалия

9. “Звездная” система классификации гостиниц, распространенная в большинстве стран, основана на национальной классификации:

- а) Англии
- б) Германии
- в) Франции +

10. ГОСТ Р50762-95 “Общественное питание. Классификация предприятий” установил столько категорий (-и) для ресторанов и баров:

- а) 5
- б) 3 +
- в) 6

1. Холдинговая компания – это предприятие:

- а) владеющее контрольными пакетами акций других предприятий**
- б) занимающееся сбытом продукции
- в) контролирующее производство одного вида товара
- г) осуществляющее страховую деятельность

2. Уставный фонд не формируется при создании:

- а) акционерного общества**
- б) общества с ограниченной ответственностью**
- в) артели
- г) казенного предприятия

3. Хозяйственным товариществом является:

- а) общество с ограниченной ответственностью
- б) общество с дополнительной ответственностью
- в) коммандитное товарищество**
- г) закрытое акционерное общество

4. Одно лицо может быть полным товарищем:

- а) в двух товариществах
- б) одном товариществе**
- в) одном полном товариществе и одном коммандитном товариществе
- г) неограниченном числе товариществ

5. Хозяйственным обществом является:

- а) полное товарищество
- б) закрытое акционерное общество**
- в) коммандитное товарищество
- г) товарищество на вере

6. Акционерным обществом является хозяйственное общество:
- а) с разделенным на доли уставным капиталом
 - б) разделенным на определенное число акций паевым фондом
 - в) разделенным на доли складочным капиталом
 - г) разделенным на определенное число акций уставным капиталом**
7. Число акционеров закрытого акционерного общества не может превышать:
- а) 1
 - б) 5
 - в) 50**
 - г) 1000
8. Открытую подписку на выпускаемые акции проводит:
- а) общество с ограниченной ответственностью
 - б) открытое акционерное общество**
 - в) производственный кооператив
 - г) коммандитное товарищество
9. Высшим органом управления акционерным обществом является:
- а) наблюдательный совет
 - б) ревизионная комиссия
 - в) общее собрание акционеров**
 - г) совет директоров
10. Минимальное число членов кооператива равно:
- а) 100
 - б) 5**
 - в) 1
 - г) 50
11. Унитарное предприятие – это коммерческая организация:
- а) наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
 - б) не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником**
 - в) частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником
 - г) наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника
12. Федеральное казенное предприятие учреждается решением:
- а) органа местного самоуправления
 - б) Правительством РФ**
 - в) органа местного самоуправления и Правительством РФ
 - г) органом государственной власти субъекта Федерации

Задание к разделу 2

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

3. Цели занятия.

- знать правовые документы, которые регулируют гостиничную деятельность
- знать правовые документы, которые регулируют оказания услуг в общественном питании

- сформулировать представление о правовых документах, используемых в регулирование гостиничной деятельности и оказании услуг в общественном питании

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Процедуры банкротства.
2. Банкротство отдельных категорий должников – юридических лиц.
3. Понятие, правовое регулирование приватизации государственного и муниципального имущества. Субъекты и объекты приватизации.
4. Способы приватизации. Общая характеристика.
5. Предпринимательские договоры: понятие, признаки, заключение, изменение, расторжение, особенности исполнения.
6. Правовые основы информационного обеспечения предпринимательской деятельности.
7. Понятие и виды информации. Коммерческая тайна.
8. Правовые основы государственного финансирования и кредитования предпринимательской деятельности.
9. Банковское кредитование предпринимательской деятельности.
10. Ответственность в предпринимательских отношениях.
11. Защита прав и законных интересов предпринимателей.
12. Государственная регистрация хозяйствующих субъектов.
13. Лицензирование и уведомительный порядок осуществления предпринимательской деятельности.
14. Правовое регулирование государственных и муниципальных закупок товаров (работ, услуг).
15. Понятие и признаки доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
16. Понятие, формы монополистической деятельности на товарном рынке.
17. Недобросовестная конкуренция на товарном рынке.

18. Правовые средства антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

2. РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

3. Цели занятия.

- знать правовые документы, которые регулируют гостиничную деятельность
- знать правовые документы, которые регулируют оказания услуг в общественном питании
- сформулировать представление о правовых документах, используемых в регулирование гостиничной деятельности и оказании услуг в общественном питании

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Мотивация и стимулирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Темы рефератов

1. Процедуры банкротства.
2. Банкротство отдельных категорий должников – юридических лиц.
3. Понятие, правовое регулирование приватизации государственного и муниципального имущества. Субъекты и объекты приватизации.
4. Способы приватизации. Общая характеристика.
5. Предпринимательские договоры: понятие, признаки, заключение, изменение, расторжение, особенности исполнения.
6. Правовые основы информационного обеспечения предпринимательской деятельности.
7. Понятие и виды информации. Коммерческая тайна.
8. Правовые основы государственного финансирования и кредитования предпринимательской деятельности.
9. Банковское кредитование предпринимательской деятельности.
10. Ответственность в предпринимательских отношениях.
11. Защита прав и законных интересов предпринимателей.
12. Государственная регистрация хозяйствующих субъектов.
13. Лицензирование и уведомительный порядок осуществления предпринимательской деятельности.

14. Правовое регулирование государственных и муниципальных закупок товаров (работ, услуг).
15. Понятие и признаки доминирующего положения хозяйствующего субъекта на товарном рынке.
16. Понятие, формы монополистической деятельности на товарном рынке.
17. Недобросовестная конкуренция на товарном рынке.
18. Правовые средства антимонопольного регулирования предпринимательской деятельности. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. В начале 90-х годов туризм занимал это место в мировой торговле товарами и услугами:
 - а) 3 +
 - б) 4
 - в) 2
2. Совокупность настоящих и потенциальных потребителей индустрии гостеприимства – это:
 - а) структура туристского рынка
 - б) рынок гостиничных услуг +
 - в) ассоциация потребителей индустрии гостеприимства
3. Из перечисленных разрядов, турбазы, кемпинги и туристские приюты имеют разряды:
 - а) 2
 - б) 4
 - в) В +
4. Из перечисленных служб и единиц персонала, менеджер по размещению руководит:
 - а) портье, швейцары +
 - б) горничные
 - в) бюро обслуживания
5. Первое место в рейтинге популярности среди зимних направлений у европейских туристов занимают:
 - а) Египет
 - б) Греция и Кипр
 - в) острова Юго-Восточной Азии +
6. Самый высокий отель мира находится в:
 - а) Гонконге
 - б) Сингапуре +
 - в) Нью-Йорке
7. Возглавляет работу гостиничного комплекса:
 - а) исполнительный директор
 - б) коммерческая служба
 - в) генеральный директор (генеральный менеджер) +
8. Из перечисленных стран, самыми дорогими европейскими странами считаются:
 - а) Великобритания, Швейцария +
 - б) Испания
 - в) Италия, Португалия
9. “Звездная” система классификации гостиниц, распространенная в большинстве стран, основана на национальной классификации:
 - а) Англии
 - б) Германии
 - в) Франции +

10. ГОСТ Р50762-95 “Общественное питание. Классификация предприятий” установил столько категорий (-и) для ресторанов и баров:
- а) 5
 - б) 3 +
 - в) 6
1. Холдинговая компания – это предприятие:
- а) владеющее контрольными пакетами акций других предприятий**
 - б) занимающееся сбытом продукции
 - в) контролирующее производство одного вида товара
 - г) осуществляющее страховую деятельность
2. Уставный фонд не формируется при создании:
- а) акционерного общества**
 - б) общества с ограниченной ответственностью**
 - в) артели
 - г) казенного предприятия
3. Хозяйственным товариществом является:
- а) общество с ограниченной ответственностью
 - б) общество с дополнительной ответственностью
 - в) коммандитное товарищество**
 - г) закрытое акционерное общество
4. Одно лицо может быть полным товарищем:
- а) в двух товариществах
 - б) одном товариществе**
 - в) одном полном товариществе и одном коммандитном товариществе
 - г) неограниченном числе товариществ
5. Хозяйственным обществом является:
- а) полное товарищество
 - б) закрытое акционерное общество**
 - в) коммандитное товарищество
 - г) товарищество на вере
6. Акционерным обществом является хозяйственное общество:
- а) с разделенным на доли уставным капиталом
 - б) разделенным на определенное число акций паевым фондом
 - в) разделенным на доли складочным капиталом
 - г) разделенным на определенное число акций уставным капиталом**
7. Число акционеров закрытого акционерного общества не может превышать:
- а) 1
 - б) 5
 - в) 50**
 - г) 1000
8. Открытую подписку на выпускаемые акции проводит:
- а) общество с ограниченной ответственностью
 - б) открытое акционерное общество**
 - в) производственный кооператив
 - г) коммандитное товарищество
9. Высшим органом управления акционерным обществом является:
- а) наблюдательный совет
 - б) ревизионная комиссия
 - в) общее собрание акционеров**
 - г) совет директоров
10. Минимальное число членов кооператива равно:
- а) 100

б) 5

в) 1

г) 50

11. Унитарное предприятие – это коммерческая организация:

а) наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником

б) не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником

в) частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником

г) наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника

12. Федеральное казенное предприятие учреждается решением:

а) органа местного самоуправления

б) Правительством РФ

в) органа местного самоуправления и Правительством РФ

г) органом государственной власти субъекта Федерации

Задание к разделу 3

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
2. РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания
Тема 3.1 Возникновение этикета

3. Цели занятия.

- Знать понятие этикет
- Изучить виды этикета
- Знать виды приема гостей
- Сформулировать представление о видах приемов гостей

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятия «трудовые ресурсы», в науке и практике экономики, управления;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	«Трудовой потенциал» общества, организации, отдельного работника;	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мотивация и стимулирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Форма практического задания: реферат

1. Требования к основным категориям обслуживающего персонала.
2. Факторы, определяющие условия и режим труда персонала.
3. Характеристика должностных обязанностей профессионалов в ресторанном сервисе: бариста, титестер, хостес, барбэк.
4. Требования к обслуживающему персоналу ресторана.
5. Службы питания: их роль, взаимосвязь с другими службами в гостинице.
6. Роль менеджера в организации банкетной службы.
7. Порядок проведения тренинга официантов перед обслуживанием.
8. Банкеты и приемы: определение, классификация по различным признакам.
9. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами: определение, назначение, отличительные особенности, характеристика.
10. Деловой протокол и этикет.
11. Банкет (приём) фуршет: определение, назначение, отличительные особенности, характеристика.
12. Виды сервировки фуршетных столов стеклянной посудой: односторонняя в одну линию для президиума, двусторонняя в две линии, группами, елочкой, посольская и др.
13. Прием-коктейль: определение, назначение, характеристика, особенности составления меню.
14. Банкет-чай: определение, назначение и характеристика.
15. Смешанные (комбинированные) банкеты - назначение, общая характеристика, виды смешанных (комбинированных) приемов.

1. ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
2. РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания
Тема 3.2 Виды приемов гостей

3. Цели занятия.

- Знать понятие этикет
- Изучить виды этикета
- Знать виды приема гостей
- Сформулировать представление о видах приемов гостей

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Виды банкетов,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Правила подачи,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Правила подачи алкогольных и безалкогольных напитков	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Форма практического задания: реферат

16. Требования к основным категориям обслуживающего персонала.
17. Факторы, определяющие условия и режим труда персонала.
18. Характеристика должностных обязанностей профессионалов в ресторанном сервисе: бариста, титестер, хостес, барбэк.
19. Требования к обслуживающему персоналу ресторана.
20. Службы питания: их роль, взаимосвязь с другими службами в гостинице.
21. Роль менеджера в организации банкетной службы.
22. Порядок проведения тренинга официантов перед обслуживанием.
23. Банкеты и приемы: определение, классификация по различным признакам.
24. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами: определение, назначение, отличительные особенности, характеристика.
25. Деловой протокол и этикет.
26. Банкет (приём) фуршет: определение, назначение, отличительные особенности, характеристика.
27. Виды сервировки фуршетных столов стеклянной посудой: односторонняя в одну линию для президиума, двусторонняя в две линии, группами, елочкой, посольская и др.
28. Прием-коктейль: определение, назначение, характеристика, особенности составления меню.
29. Банкет-чай: определение, назначение и характеристика.
30. Смешанные (комбинированные) банкеты - назначение, общая характеристика, виды смешанных (комбинированных) приемов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Первый шаг в работе с жалобами:

- а) быстро исправить ошибку;
- б) проверить доволен ли гость;
- в) поблагодарить.

2. После того как принят заказ необходимо:

- а) не медленно приступить к его исполнению;
- б) повторить заказ;
- в) забрать меню.

3. Обслуживая посетителей по правилам, Вы создаёте им неудобства. Нарушайте правила, как считаете нужным.

- а) верно;
- б) неверно;
- в) только с обычными гостями, не с VIP-персонами.

4. Если гость, которого обслуживает другой официант, просит Вас подойти, ваши действия:

- а) попросите администратора найти официанта, который обслуживает это столик;
- б) немедленно подойдёте;
- в) крикните гостю «сейчас к Вам подойдёт Ваш официант».

5. Ресторан в нормативных документах определяется как:

- а) предприятие общественного питания, в котором пища подается достаточно быстро, так, чтобы посетитель имел возможность вполне основательно перекусить даже в сравнительно небольшой обеденный перерыв;
- б) предприятие общественного питания с очень широким ассортиментом блюд сложного приготовления, с большим ассортиментом винно-водочных, табачных и кондитерских изделий;
- в) предприятие быстрого питания, меню в таких заведениях, как правило, ограничивается бутербродами, канапе, гамбургерами, чизбургерами, легкими салатами, чаем, кофе, то есть такими продуктами, которые не требуют долгого приготовления;
- г) предприятие, в котором посетитель должен сначала получить меню, затем выбрать то, чем он хотел бы «закусить», и самостоятельно отправиться к стойке, чтобы приобрести то, что было выбрано.

6. В соответствии с ГОСТ Р 50764—95 «Услуги общественного питания. Общие требования» понятие услуги общественного питания определяется как:

- а) результат деятельности предприятий и отдельных граждан-предпринимателей по удовлетворению потребностей населения в питании и проведении досуга;
- б) услуги, оказываемые в ресторанах, кафе, барах, столовых, закусочных и других местах общественного питания, типы которых определяются исполнителем в соответствии с государственным стандартом;
- в) услуги, максимально удобные и эффективные для организации системы питания на предприятии или объекте;
- г) услуги, предоставляемые потребителям в предприятиях общественного питания различных типов и классов.

2. Режим питания – это:

- а) распределение пищи в течении дня по времени, калорийности и объёму, т.е. продолжительность прима пищи и интервалы между ними

- б) распределение пищи в течении дня по времени
- в) определенный график, по которому осуществляется питание

3. Фуршет, Шведский стол, Кофе-брейк, Коктейль относятся к:

- а) кейтерингу вне ресторана
- б) VIP-кейтерингу
- в) видам выездного ресторанного обслуживания

4. Выездное ресторанное обслуживание с привлечением высококвалифицированных поваров, официантов и использование самых современных кейтеринг-технологий – это:

- а) VIP-кейтеринг
- б) кейтеринг вне ресторана

5. Существует пять типов предприятий общественного питания в соответствии с ГОСТ, это:

- а) ресторан, бар, буфет, столовая, закусочная;
- б) ресторан, пиццерия, бар, кафе, буфет;
- в) ресторан, бар, кафе, бистро, закусочная;
- г) ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная.

6. Сертификация услуг предприятия ОП – процедура:

- а) обязательная
- б) добровольная
- в) законодательно обусловленная
- г) только для социальных предприятий

7. При организации питания иностранных туристов из разных стран в одном зале на столы следует устанавливать:

- а) надписи с названием страны
- б) ничего не следует устанавливать
- в) флажки этих стран

1. Методы обслуживания бывают:

- а) самообслуживание;
- б) обслуживание официантами;
- в) комбинированный;
- г) все ответы верны.

2. Формы обслуживания потребителей:

- а) столы саморасчета;
- б) реализация продукции через автоматы;
- в) по типу «шведского стола»;
- г) отпуск скомплектованных обедов;
- д) все ответы не верны.

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) ИНДУСТРИЯ ПИТАНИЯ И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

РАЗДЕЛ 1. Правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма, гостиничной деятельности и общественного питания

Тема 1.1. Организация деятельности в индустрии гостеприимства.

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой

- мощнейшую систему хозяйства региона или туристского центра и важную составляющую экономики туризма.
- Индустрию гостеприимства составляют различные средства коллективного и индивидуального размещения: отели, гостиницы, мотели, молодёжные хостелы и общежития, апартаменты, туристские приюты, а также частный сектор, участвующий в размещении туристов.

Индустрия гостеприимства

объединяет различные профессиональные сферы деятельности людей:

- -туризм,
- -гостиничный и ресторанный бизнес,
- - общественное питание,
- -отдых и развлечения,
- -организацию конференций, семинаров и выставок,
- -спортивную, музейно – выставочную, экскурсионную деятельность, а также сферу профессионального образования в области гостеприимства.

Источник: <https://ppt-online.org/177046>

Тема 1.2 Правовые основы деятельности предприятий в индустрии гостеприимства.



Источник: <https://www.slideserve.com/yardley-pittman/4>

РАЗДЕЛ 2. Правовое регулирование гостиничной деятельности и оказания услуг общественного питания.

Тема 2.1 Правовое регулирование гостиничной деятельности: общая характеристика.

Государственное регулирование деятельности по оказанию гостиничных услуг осуществляется посредством нормативно - правового регулирования данной сферы и создания благоприятных условий для её развития.

Нормативные документы, регламентирующие деятельность гостиничных предприятий:

1. **Международные гостиничные правила.** Целью является кодификация общепринятой международной торговой практики, регулирующей вопросы договора на размещение в гостинице. Они призваны проинформировать гостя и владельца гостиницы об их взаимных правах и обязанностях. Данные правила являются дополнением к положениям, предусмотренным в национальных законодательствах о договорных отношениях. Они применяются, когда такое законодательство не включает специфических положений, касающихся договора на размещение в гостинице.
2. **Международная гостиничная конвенция.** Конвенция применяется по отношению к гостиничным контрактам международного характера, заключенным между владельцами гостиниц и турагентами, чье местонахождение или местонахождение их предприятий зарегистрировано в разных государствах. Конвенция призвана регулировать подписание и исполнение гостиничных контрактов, которые заключают турагенты и владельцы гостиниц, взявшие на себя обязательства соблюдать правила данной Конвенции или использующие их в своей повседневной практике при заключении договоров. Конвенция регулирует два вида гостиничных контрактов: контракты по продаже гостиничных услуг индивидуальным клиентам; контракты по продаже гостиничных услуг группе клиентов. Международной конвенцией определены этапы

Характеристика правового регулирования гостиничного и туристского бизнеса в зарубежных странах

- Прежде всего стоит отметить, что многие европейские страны участвуют в Соглашении от 14 июня 1985 г. «О постепенной отмене проверок на общих границах» и Конвенции 1990 г. «О применении Шенгенского соглашения 1985 г.», действующей с 26 марта 1995 г. В дополнение к ним 25 марта 2005 г. был принят Шенгенский кодекс о границах, изменяющий Шенгенскую конвенцию, а 13 июля 2009 г. — Кодекс Сообщества о визах. Роль указанных соглашений, именуемых Шенгенскими достижениями, заключается в установлении «прозрачности» границ внутри Европейского союза и введении единого визового режима на внешних границах.
- Во многих других странах вопросы туристского пребывания и пересечения туристами границ решаются внутренним законодательством. Так, например, въезд на территорию Великобритании, которая, как известно, не является участницей Шенгенских соглашений, осуществляется в соответствии с Иммиграционными правилами (The Immigration Rules) 1994 г. Аналогичный нормативный акт (Immigration Act 1976) действует в Канаде. В США этому вопросу посвящены соответствующие разделы свода законов США.
- Помимо Шенгенских соглашений в странах Европейского союза приняты директивы, с помощью которых здесь регулируются договорные отношения в сфере туризма. По своей юридической природе директивы являются разновидностями международного договора, а их цель — унификация и гармонизация национального права в странах ЕС. Применительно к туризму следует прежде всего выделить Директиву Совета ЕЭС от 13 июня 1990 г. № 90/314/ЕЭС «О комплексных путешествиях, отдыхе и турах» (далее — Директива ЕЭС о комплексных турах 1990 г.). В соответствии со ст. 1 Директивы ее целью является установление более сходных между собой законодательных, регламентирующих и административных распоряжений стран — членов Общего рынка, касающихся путешествий, отпусков и поездок, включающих все», продаваемых или предлагаемых для продажи на территории Европейского экономического сообщества.



- Директива ЕЭС о комплексных турах 1990 г. была воспринята во внутреннем законодательстве стран ЕС. Так, в Великобритании на ее основе были приняты Правила от 31 декабря 1992 г. Во Франции ее нормы получили отражение в Законе от 13 июля 1992 г. № 92-645. Аналогичные законы действуют также в Бельгии, Греции, Испании, Италии, Финляндии и других европейских странах. В Германии положения о договоре по туристскому обслуживанию содержатся в параграфе 651а Германского гражданского уложения. В некоторых из этих законов (например, Законе № 393/76 «О туризме» Греции, Законе № 92-645 Франции и др.) достаточно подробно определен правовой статус туристских организаций. В некоторых странах имеются также специальные законодательные положения, регулирующие деятельность экскурсоводов, гостиниц и других субъектов туристской индустрии.
- В большинстве штатов США действуют законодательные акты о продавцах путешествий (в частности Florida Seller of Travel Law, California Sellers of Travel Law). Сферой применения подобных законов является деятельность продавцов путешествий, зарегистрированных и функционирующих на территории штата, принявшего закон, которые осуществляют оптовую или розничную продажу «путешествий».

Источник: <https://ppt-online.org/607017>

Тема 2.2 Правовое регулирование оказания услуг общественного питания: общая характеристика.

Законодательно-нормативное регулирование обслуживания предприятий питания

- ❖ Нормативные правовые акты РФ Закон РФ «О защите прав потребителя»
 - ❖ Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания»
 - ❖ Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов»
 - ❖ ГОСТ Р
 - ❖ Общественное питание
 - ❖ СанПиН
- Система контроля за состоянием запаса с фиксированным количеством заказа применяется:**
- ❖ большие потери в результате отсутствия запаса;
 - ❖ высокие издержки по хранению запасов;
 - ❖ высокая стоимость заказываемого товара;
 - ❖ высокая степень неопределенности спроса;
 - ❖ наличие скидки с цены в зависимости от заказываемого количества.



Источник: <https://prezentacii.org/prezentacii/prezentacii-raznie/166625-formy-obsluzhivaniya-potrebitelej-predpriyatij-pitanija.html>

Основные гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов

- **Исполнитель обязан** устанавливать для приготовленных им блюд сроки годности, так как без них реализация блюд запрещена. **По истечении сроков годности продукция непригодна к использованию и представляет опасность для потребителя.**
- Срок годности устанавливает изготовитель пищевых продуктов при соблюдении условий хранения, установленных в нормативно – технических документах на продукцию. Срок годности пищевого продукта определяется периодом времени, исчисляемым со дня его изготовления, в течение которого пищевой продукт пригоден к использованию, либо даты, до наступления которой пищевой продукт пригоден к использованию.
- Информация, наносимая на этикетку, маркировку о сроках годности пищевых продуктов должна предусматривать указание: часа, дня, месяца, года выработки для особо скоропортящихся продуктов, продуктов для детского и диетического питания; дня, месяца и года - для скоропортящихся продуктов; месяца и года - для не скоропортящихся продуктов, а также правил и условий их хранения и употребления.
- **Не допускается переупаковка или перефасовка скоропортящихся пищевых продуктов после вскрытия и нарушения целостности первичной упаковки или тары организациями изготовителя в организациях, реализующих пищевые продукты, с целью установления этими организациями новых сроков годности на продукт и проведения работы по обоснованию их длительности в новой упаковке или таре.**
- Хранение пищевых продуктов, в том числе кулинарной продукции должно осуществляться в соответствии с действующей нормативной и технической документацией при соответствующих параметрах температуры, влажности, светового режима для каждого вида продукции.

Источник: https://mypresentation.ru/fp/?documents_6/10a4635612092bcd0308e36f8d5c7dfc/1569938278_trebovaniya-k-predpriyatijam-obshhestvennogo-pitaniya/18

РАЗДЕЛ 3. Обслуживания на предприятиях общественного питания.

Тема 3.1 Возникновение этикета

Этикет



Манеры человека являются индикатором богатства внутреннего мира человека, они отображают моральное и интеллектуальное развитие.

В современном мире культурное поведение имеет очень большое значение: оно помогает устанавливать контакты между людьми, общаться и создавать стойкие взаимоотношения.

MyShared

Источник: <https://tacon.ru/diplomaticeskij-etiket-istoriceskie-svedenia-osobennosti-i-vaznost-sobludenia-pravila-povedenia-na-priemah/>

Тема 3.2 Виды приемов гостей



Основные виды современного этикета

Современный этикет - это своеобразный кодекс хороших манер и правил поведения, соблюдение которых зависит от места. Времени и обстоятельств. Современный этикет наследует обычаи почти всех народов мира от седой древности до наших дней.

Различают несколько видов этикета, основными из которых являются:

- **Придворный этикет** - строго регламентированный порядок и формы общения, установленные при дворе монархов.
- **Дипломатический этикет** - правила поведения дипломатов и других официальных лиц при контакте друг с другом на различных дипломатических приёмах, визитах, переговорах.
- **Воинский этикет** - свод общепринятых в армии правил, норм и манер поведения военнослужащих во всех сферах их деятельности;

Источник: https://studopedia.ru/23_41371_vidi-priemov-i-banketov.html


ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 от 08.06.2017г	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__ . __ . ____



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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

 / К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ
МАРШРУТОВ**

Направление подготовки
«43.03.02 Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2023 г.


Методические материалы по дисциплине (модулю) «ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент




(подпись)

В.Ш. Хетагурова

Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

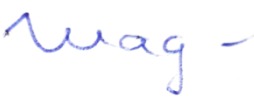
Кандидат исторических наук,
Специалист-эксперт Отдела
туристских событий и
маркетинговых технологий
Департамента развития туризма
Минэкономразвития России, Москва



(подпись)

М.С. Федорова

Кандидат экономических наук,
доцент
Доцент кафедры ресторано-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



(подпись)

И.Г. Шадская

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	10
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	14
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	23
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	23
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	24
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	26
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	26
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	31
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	31
Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	36
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	36
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	42

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов	
Тема 1.1. Организационно-правовые основы туризма	Основные понятия и категории туризма. Характеристика основных видов туризма. Функции туризма. Факторы и условия развития туризма.
Тема 1.2. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов	Нормативно-правовые акты в сфере оказания туристско-экскурсионных услуг в Российской Федерации. Полномочия органов государственной власти РФ в сфере туризма. Международное правовое регулирование и сотрудничество в сфере туризма.
РАЗДЕЛ 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов	
Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов	Понятие «услуга». Туристско-экскурсионное обслуживание. Программа туристского путешествия. Услуги по сопровождению туристов как составная часть турпродукта. Руководитель туристской группы. Профессиональные требования к руководителю туристской группы. Обязанности. Права и ответственность руководителя туристской группы. Личные качества персонала на должность руководителя туристской группы.
Тема 2.2. Технология отправки	Права и обязанности туриста. Мотивация

туристской группы на маршрут	туристов. Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте. Проверка и выдача документов туристам. Отправка туристской группы на маршрут.
------------------------------	---

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения –

задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 1.1. Организационно-правовые основы туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение туризма, наиболее близкое к определению, сформулированному в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Что такое внутренний туризм?
3. Перечислите и охарактеризуйте основные функции туризма.
4. В чем состоит экономическая функция туризма?
5. Приведите примеры негативного воздействия туристской деятельности на окружающую среду.
6. Какое практическое значение имеет классификация туризма?
7. Какие виды поездок составляют понятие «деловой туризм»?
8. Дайте характеристику видам образовательного туризма.
9. Назовите основные виды туризма, характерные для региона, в котором вы живете. Какие из них распространены наиболее широко?
10. От каких факторов зависит развитие туризма в регионе?

Тема 1.2. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите объекты, относящиеся к индустрии туризма.
2. Каким образом государство влияет на туристскую сферу?
3. Перечислите не менее 5 федеральных законов, имеющих отношение к предоставлению услуг по сопровождению туристов.
4. Какие основные права и свободы человека и гражданина, важные для сферы туризма закреплены в Конституции РФ?
5. В каком федеральном законе определены принципы государственного регулирования в сфере туризма?
6. Охарактеризуйте цель Правил оказания услуг по реализации туристского продукта.
7. Какие министерства и ведомства РФ участвуют в государственном регулировании туристской деятельности?
8. Какими полномочиями обладают органы государственной власти субъектов РФ в сфере туризма?
9. Перечислите важнейшие международные правовые акты в сфере туризма.
10. Назовите какие организации относятся к мировым туристским организациям отраслевого характера?

РАЗДЕЛ 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте сущность понятия «услуга».
2. Что включает в себя туристская деятельность?
3. Дайте определение понятия «туристский продукт».
4. Раскройте сущность понятия «туристская услуга». Какие туристские услуги можно отнести к основным и дополнительным?
5. Какие виды услуг входят в турпакет?
6. Как Вы понимаете понятие «комплексность» туристской услуги?
7. По каким признакам дается классификация туристских маршрутов и туров?
8. Какие бывают маршруты по построению трассы?

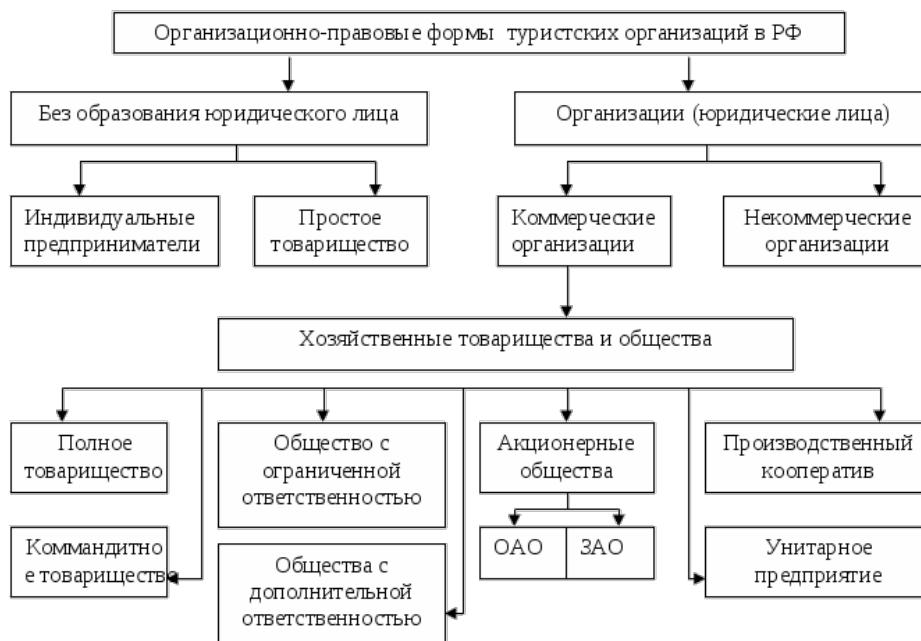


Источник: <https://iknigi.net/avtor-aleksey-kuskov/128313-osnovy-turizma-aleksey-kuskov/read/page-15.html>

Тема 1.2. Нормативно-правые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов



Источник: https://studref.com/377816/turizm/pravovye_osnovy_turistskoy_deyatelnosti

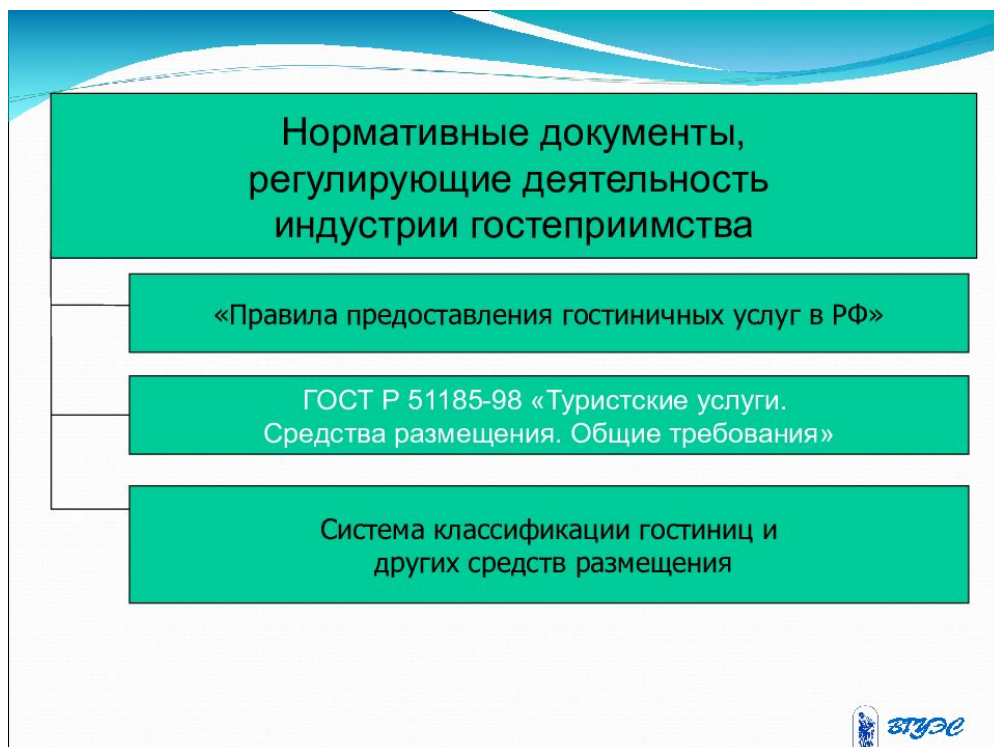


Источник:

<https://professor-referatov.ru/%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B5-%D0%B2%D0%B8%D0%B4-%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE/>

https://professor-referatov.ru/%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D0%BE-%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B5-%D0%B2%D0%B8%D0%B4-%D0%B4%D0%B5%D1%8F%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE/






Источник: <https://slide-share.ru/normativno-pravovoe-regulirovanie-uslug-rf-306679#>

РАЗДЕЛ 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов

2. Предоставление услуг по сопровождению туристов.

- * Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.
- * Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.
- * Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.
- * Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.
- * Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.
- * Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.



Права:

- Получать от агентства необходимую информацию по конкретному маршруту
- Требовать от принимающей стороны надлежащего выполнения условий обслуживания туристской группы.
- Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
- Запрашивать лично или по поручению непосредственного руководителя от руководителей подразделений агентства и специалистов информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей.

Обязанности:

- Проводить организационное собрание туристской группы.
- Осуществлять контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.
- Оформлять соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.).
- Постоянно находиться с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.
- Осуществлять контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной.



ПОДРОБНЕЕ



Меры по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов)



Перечень мер по обеспечению безопасности туристов включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;
- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;
- обеспечение профилактики заболеваний, в т.ч. проведение профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

9

Тема 2.2. Технология отправки туристской группы на маршрут

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их

доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных

терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснить их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и что-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

- «Отлично»:
- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
 - в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
 - знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
 - свободное владение терминологией;
 - ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;
- «Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

11.текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

12.промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг

обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

13. академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

14. выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

15. прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. **ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ**

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 1. **Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 1.1. Предмет и задачи курса. Организационно-правовые основы туризма

3. Цели занятия.

-сформировать представление об организационно-правовых основах, регулирующих предоставление услуг по сопровождению туристов

-изучить действующие общепрофессиональные стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности международного правового регулирования и сотрудничества в сфере туризма

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационно-правовые основы туризма	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Одним из основных законодательных актов, регулирующих туристическую деятельность в России, является Федеральный закон "О туристической деятельности" от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ. Этот закон устанавливает основные принципы организации и осуществления туристической деятельности, права и обязанности туристов и туроператоров, а также порядок лицензирования туроператорской деятельности.

В соответствии с Федеральным законом "О туристической деятельности" туристическая деятельность может осуществляться в форме индивидуального туризма, группового туризма и комбинированного туризма. Также в законе определены понятия туроператора, турагента, туристического агента и других участников туристического рынка. Важной составляющей организационно-правовых основ туризма является система стандартов и сертификации в туристической индустрии. В России функции по стандартизации и сертификации в сфере туризма осуществляет Федеральное агентство по туризму. Также следует отметить, что туристическая деятельность регулируется не только на уровне федерального законодательства, но и на уровне регионального и муниципального

законодательства. В различных регионах России могут действовать свои законы и нормативные акты, регулирующие туристическую деятельность.

Источники:

1. Федеральный закон "О туристической деятельности" от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15246/
2. Федеральное агентство по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/>
3. КонсультантПлюс. URL: <https://www.consultant.ru/>

Взаимодействие с аудиторией:

1. _____ Основные понятия и категории туризма.
2. _____ Характеристика основных видов туризма.
3. _____ Функции туризма.
4. _____ Факторы и условия развития туризма.

1. Учебная дисциплина. **ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ**

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 1. **Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 1.2. **Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов**

3. Цели занятия.

-сформировать представление о нормативно-правовых актах в сфере оказания туристско-экскурсионных услуг в Российской Федерации.

-изучить действующие полномочия органов государственной власти РФ в сфере туризма.

-изучить особенности международного правового регулирования и сотрудничества в сфере туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Нормативно-правовые акты в сфере оказания туристско-экскурсионных услуг в Российской Федерации.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Полномочия органов государственной власти РФ в сфере туризма.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Международное правовое регулирование и сотрудничество в сфере туризма.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В Российской Федерации предоставление услуг по сопровождению туристов регулируется рядом нормативно-правовых актов. Основными из них являются:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ "Об основах туристической деятельности в Российской Федерации". Данный закон определяет правовые основы туристической

деятельности в России и устанавливает требования к организациям, предоставляющим услуги по сопровождению туристов.

2. Постановление Правительства РФ от 18.02.2008 № 87 "Об утверждении Правил оказания туристических услуг". Данные правила устанавливают порядок предоставления туристических услуг, в том числе услуг по сопровождению туристов, а также определяют права и обязанности туристов и туроператоров.

3. Постановление Правительства РФ от 15.09.2015 № 1085 "Об утверждении Правил оказания услуг по организации и проведению туристических мероприятий на территории Российской Федерации и за ее пределами". Данные правила устанавливают требования к организации и проведению туристических мероприятий, включая услуги по сопровождению туристов.

4. Федеральный закон от 29.12.2014 № 437-ФЗ "О защите прав потребителей". Данный закон устанавливает права и обязанности потребителей туристических услуг, а также требования к организациям, предоставляющим данные услуги.

Ссылка на Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ "Об основах туристической деятельности в Российской Федерации": https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17350/

Ссылка на Постановление Правительства РФ от 18.02.2008 № 87 "Об утверждении Правил оказания туристических услуг": https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_79009/

Ссылка на Постановление Правительства РФ от 15.09.2015 № 1085 "Об утверждении Правил оказания услуг по организации и проведению туристических мероприятий на территории Российской Федерации и за ее пределами": https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_184462/

Ссылка на Федеральный закон от 29.12.2014 № 437-ФЗ "О защите прав потребителей": https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_170648/

Взаимодействие с аудиторией

1. Нормативно-правовые акты в сфере оказания туристско-экскурсионных услуг в Российской Федерации.
2. Полномочия органов государственной власти РФ в сфере туризма.
3. Международное правовое регулирование и сотрудничество в сфере туризма.

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов

3. Цели занятия.

-сформировать представление о понятии «услуга»; туристско-экскурсионное обслуживание.

-изучить действующие общеотраслевые стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности программ туристского путешествия.

-сформировать представление о содержании услуги по сопровождению туристов как составная часть турпродукта.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие «услуга». Туристско-экскурсионное обслуживание. Программа туристского путешествия.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
2	Услуги по сопровождению туристсов как составная часть турпродукта.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Руководитель туристской группы. Профессиональные требования к руководителю туристской группы. Обязанности. Права и ответственность руководителя туристской группы. Личные качества персонала на должность руководителя туристской группы.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сегодня существует множество компаний, которые предоставляют услуги по сопровождению туристов. Одним из лидеров на рынке является компания "Intourist". Она предоставляет широкий спектр услуг по организации туристических поездок и сопровождению туристов во время их путешествий. Кроме того, существуют онлайн-сервисы, такие как "Tripster" и "Airbnb Experiences", которые позволяют туристам выбирать гидов и экскурсии в различных городах мира. Важно отметить, что предоставление услуг по сопровождению туристов должно быть организовано на высоком уровне. Все гиды должны иметь соответствующие лицензии и опыт работы, а также владеть языками, на которых говорят туристы. В заключение, хочу подчеркнуть, что предоставление услуг по сопровождению туристов - это важный и перспективный бизнес, который требует серьезной подготовки и организации. Ссылки:

1. Компания "Intourist": <https://www.intourist.com/>
2. Онлайн-сервис "Tripster": <https://tripster.ru/>
3. Онлайн-сервис "Airbnb Experiences": <https://www.airbnb.ru/experiences>
Источник: <https://studopedia.info/7-37067.html>

Взаимодействие с аудиторией

1. Права и обязанности туриста.
2. Мотивация туристов.
3. Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте.
4. Проверка и выдача документов туристам.
5. Отправка туристской группы на маршрут.

1. Учебная дисциплина. Технологии организации и сопровождения туристских маршрутов

2. Раздел/Тема лекционного занятия. Раздел 2. **Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 2.2. **Технология отправки туристской группы на маршрут**

3. Цели занятия.

- сформировать представление о правах и обязанностях туриста.
- изучить идокументы и правила инструктажа туристов о правилах поведения на маршруте.
- изучить правила отправки туристской группы на маршрут.
- изучить особенности мотивации туристов.
- сформировать представление о проверке и выдаче документов туристам.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте. Отправка туристской группы на маршрут.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Права и обязанности туриста. Мотивация туристов. Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Проверка и выдача документов туристам. Отправка туристской группы на маршрут.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сегодня существует множество компаний, которые предоставляют услуги по сопровождению туристов. Одним из лидеров на рынке является компания "Intourist". Она предоставляет широкий спектр услуг по организации туристических поездок и сопровождению туристов во время их путешествий.

Кроме того, существуют онлайн-сервисы, такие как "Tripster" и "Airbnb Experiences", которые позволяют туристам выбирать гидов и экскурсии в различных городах мира.

Важно отметить, что предоставление услуг по сопровождению туристов должно быть организовано на высоком уровне. Все гиды должны иметь соответствующие лицензии и опыт работы, а также владеть языками, на которых говорят туристы.

В заключение, хочу подчеркнуть, что предоставление услуг по сопровождению туристов - это важный и перспективный бизнес, который требует серьезной подготовки и организации.

Ссылки:

1. Компания "Intourist": <https://www.intourist.com/>
2. Онлайн-сервис "Tripster": <https://tripster.ru/>
3. Онлайн-сервис "Airbnb Experiences": <https://www.airbnb.ru/experiences>

В современной эпохе технологии имеют большое влияние на различные отрасли, включая туризм и путешествия. Одной из самых важных технологий для отправки туристской группы на маршрут является использование онлайн-сервисов для бронирования транспорта, проживания, экскурсий и других услуг.

Существует множество онлайн-платформ, которые позволяют туристическим агентствам и туристам заказывать туры и услуги. Некоторые из наиболее популярных платформ включают в себя Booking.com, TripAdvisor и Expedia.

Технология также позволяет туристам получать информацию о местах, которые они собираются посетить, использовать мобильные приложения для совершения платежей и получения информации в режиме реального времени, а также коммуницировать с другими

участниками своей группы, чтобы организовать лучшую поездку.

Применение технологии также позволяет туристическим агентствам и туроператорам контролировать процесс отправки группы, так как они могут отслеживать движение туристов, связанную с транспортом, выполнять платежи и управлять расписанием мероприятий на месте.

Таким образом, технология играет важную роль в упрощении процесса отправки туристской группы на маршрут, повышает качество обслуживания, ускоряет процесс бронирования и оплаты, что способствует улучшению общего опыта путешествий.

Источники:

1. https://www.tourcms.com/support/setup_www/tour_operators/
2. <https://www.statista.com/topics/962/travel-and-tourism-industry-in-the-us/>
3. <https://www.bynk.ru/blog/analiz-turizm-i-puteshestviya-v-rossii-i-mire/>

Взаимодействие с аудиторией

1. Права и обязанности туриста.
2. Мотивация туристов.
3. Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте.
4. Проверка и выдача документов туристам.
5. Отправка туристской группы на маршрут.

Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю)

КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Учебная дисциплина. ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ

2. Раздел/Тема практического занятия. Раздел 1. **Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 1.1. **Организационно-правовые основы туризма**

Тема 1.2. **Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов**

3. Цели занятия.

-сформировать представление об организационно-правовых основах, регулирующих предоставление услуг по сопровождению туристов

-изучить действующие общепрофессиональные стандарты и системы сертификации на уровне департаментов

-изучить особенности международного правового регулирования и сотрудничества в сфере туризма

4. Структура практического (семинарского) занятия.

п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
	Основные понятия и категории туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
	Характеристика основных видов туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
	Функции туризма. Факторы и условия развития туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов

Форма практического задания: кейс-задание

кейс-задание

Тема практического занятия: Классификация и ранжирование деловых культур по типу ценностных ориентаций

Форма практического задания: дискуссия

Темы дискуссий:

1. Система ценностей как детерминанта поведения. (Д. Мэрдок, Дж. Рокич, Зю Инхлхард, С. Иошимури, У. Нойман).
2. Теория Э. Холла о высоко- и низкоконтекстуальных культурах.
3. Культурные контрасты в системах ценностей наций (на примере американской, японской и арабской культур).
4. Подход Хампден - Турнера – Тромпенаарса, Модель Лефевра в сравнительном менеджменте. Концепция Дж. Бермана.
5. Анализ международной бизнес-среды в соответствии с моделью Т.Н. Глэдвина и В.

Терпстра.

6. Культурный профиль отдельных стран. Критериальная база международных сопоставлений.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Учебная дисциплина. **ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И СОПРОВОЖДЕНИЯ ТУРИСТСКИХ МАРШРУТОВ**

2. Раздел/Тема практического занятия. Раздел 2. **Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 2.1. **Предоставление услуг по сопровождению туристов**

Тема 2.2. **Технология отправки туристской группы на маршрут**

3. Цели занятия.

- сформировать представление о правах и обязанностях туриста.
-изучить идокументы и правила инструктажа туристов о правилах поведения на маршруте.

- изучить правила отправки туристской группы на маршрут.

-изучить особенности мотивации туристов.

-сформировать представление о проверке и выдаче документов туристам.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие «услуга». Туристско-экскурсионное обслуживание. Программа туристского путешествия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Услуги по сопровождению туристствов как составная часть турпродукта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Руководитель туристской группы. Профессиональные требования к руководителю туристской группы. Обязанности. Права и ответственность руководителя туристской группы. Личные качества персонала на должность руководителя туристской группы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Права и обязанности туриста. Мотивация туристов. Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте. Проверка и выдача документов туристам. Отправка туристской группы на маршрут.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов

Форма практического задания: кейс-задание

Практикум для Раздела 2:

1. Заполните таблицу «Основные требования к туристским услугам»

Основные требования	Характеристика	Пример

2. Составьте должностную инструкцию «Руководитель туристской группы».

3. Составьте примерный план собеседования при приеме на должность «Руководитель туристской группы». О чем Вы будете говорить с претендентом на данную вакантную должность?

4. Заполните таблицу «Функции руководителя группы».

Трудовая функция	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
Функция менеджера			
Функция организатора			
Функция психолога			
Функция гида			

5. Вы разрабатываете для туриста индивидуальное путешествие «Красоты Краснодарского края» на 7 дней. Какие города вы включите в программу посещения, в какой последовательности и какие достопримечательности увидят ваши туристы?

Последовательность	Город	Основные достопримечательности посещения (2 - 3)

6. Заполните таблицу «Типология туристов»

Критерий	Типы туристов
Цель путешествия	
Возраст	
Семейное положение	
Профессиональный статус	
Активность	

7. Составьте перечень направлений, рекомендуемых для определенных категорий туристов.

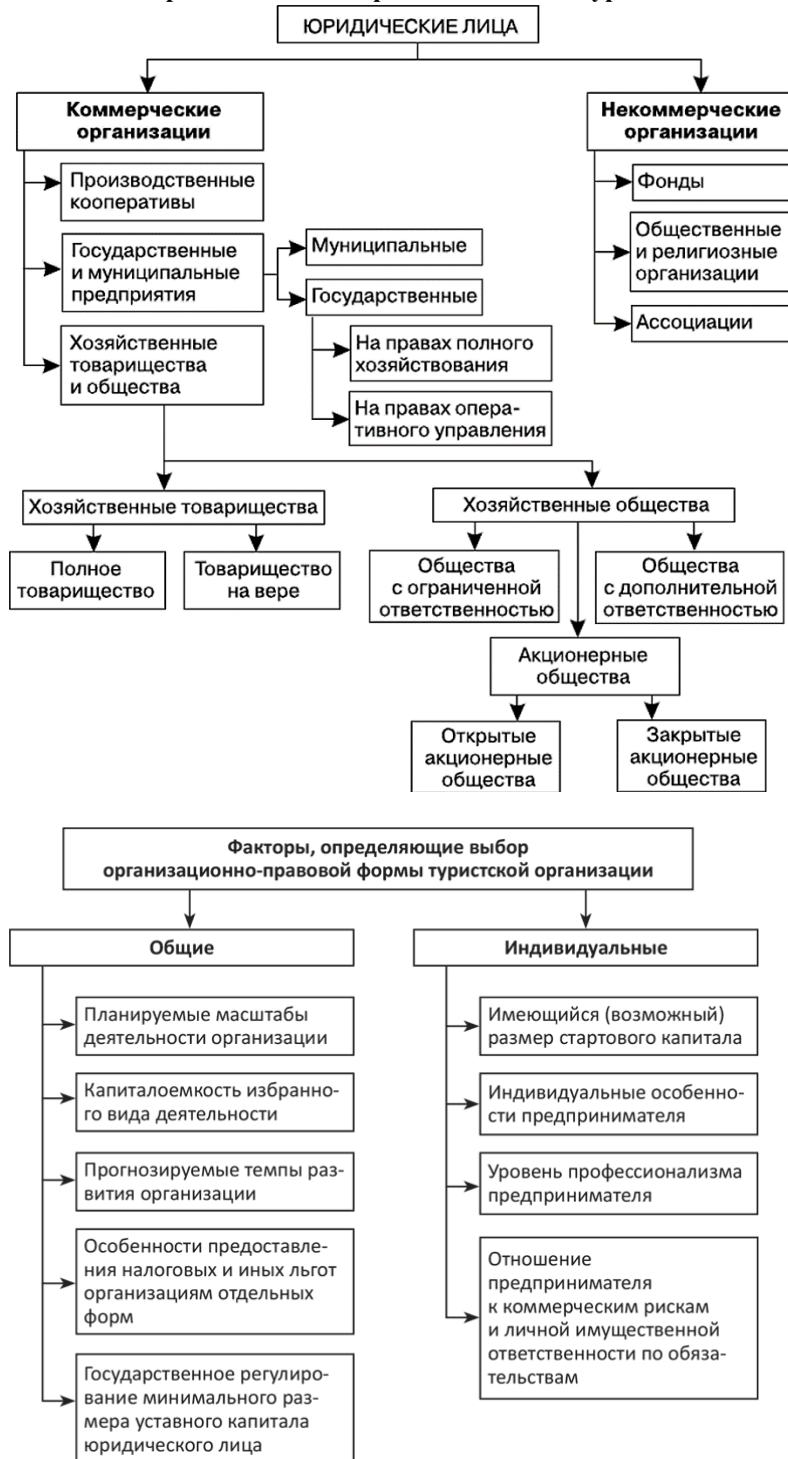
Тип клиента	Страна	Курорт/город	Тип отдыха	Название и категория отеля	Ваши рекомендации по досугу и экскурсиям

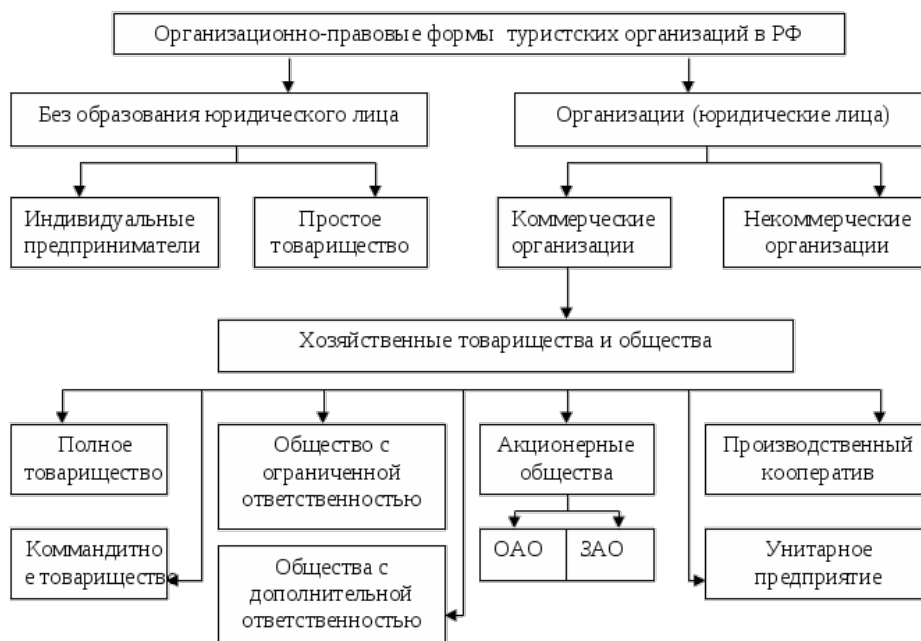
РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2
форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

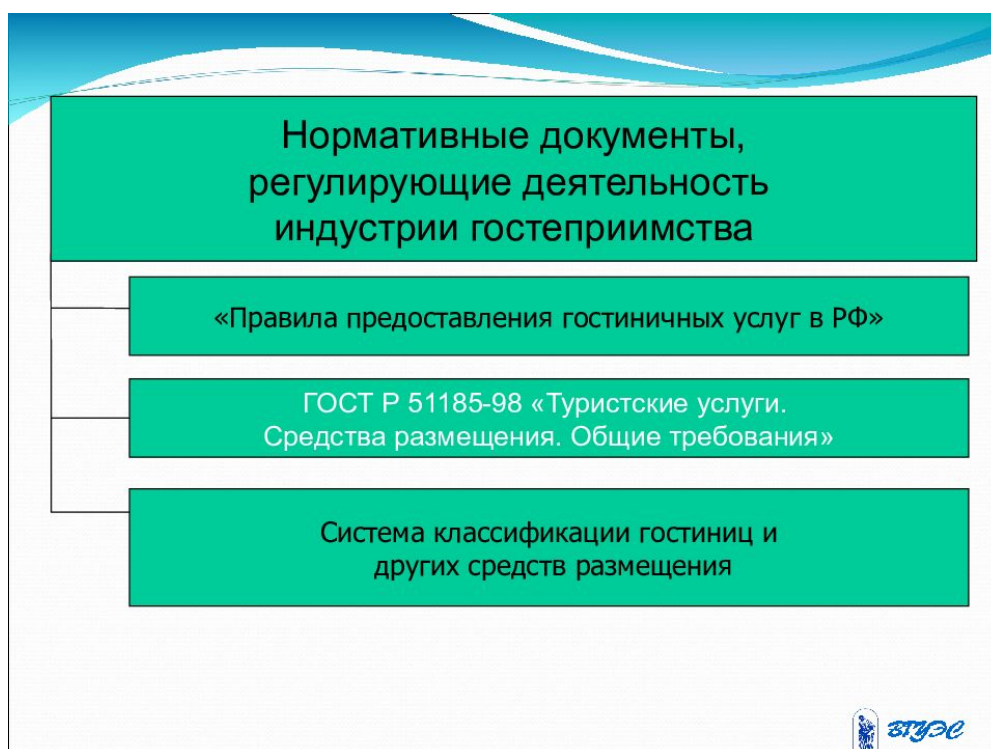
РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 1.1. Организационно-правовые основы туризма





Тема 1.2. Нормативно-правые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов



РАЗДЕЛ 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов

Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов

2. Предоставление услуг по сопровождению туристов.

- * Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.
- * Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.
- * Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.
- * Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.
- * Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.
- * Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.



Права:

- Получать от агентства необходимую информацию по конкретному маршруту
- Требовать от принимающей стороны надлежащего выполнения условий обслуживания туристской группы.
- Знакомиться с документами, определяющими его права и обязанности по занимаемой должности, критерии оценки качества исполнения должностных обязанностей.
- Запрашивать лично или по поручению непосредственного руководителя от руководителей подразделений агентства и специалистов информацию и документы, необходимые для выполнения его должностных обязанностей.

Обязанности:

- Проводить организационное собрание туристской группы.
- Осуществлять контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.
- Оформлять соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.).
- Постоянно находиться с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.
- Осуществлять контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной.



[ПОДРОБНЕЕ](#)



Меры по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов)



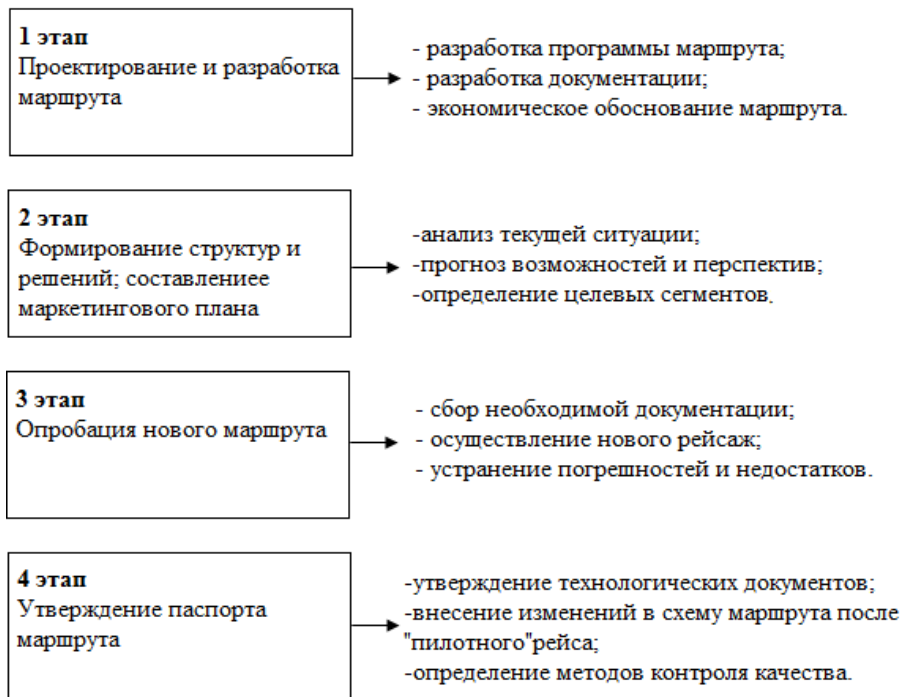
Перечень мер по обеспечению безопасности туристов включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;
- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;
- обеспечение профилактики заболеваний, в т.ч. проведение профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

9

Тема 2.2. Технология отправки туристской группы на маршрут

Этапы выполнения маршрута		
Подготовительный	Маршрутный	Заключительный
Анализ текущих факторов, характерных для маршрута	Отправление туристов	Оформление отчета о выполнении тура
Уточнение программы маршрута и условий обслуживания	Выполнение программы маршрута	Анализ проблемных ситуаций на маршруте
Оформление документов, регламентирующих обслуживание туристов	Завершение маршрута	Разработка рекомендаций по совершенствованию туров
Инструктаж туристов	Сбор отзывов и пожеланий туристов	Обсуждение с партнерами возможностей улучшения обслуживания на маршруте




ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 от 08.06.2017г	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__.:__.____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__.:__.____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от «_____» _____ 20____ года	__.:__.____



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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

/ К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

43.03.02 «Туризм»

**Направленность
*«Экономика впечатлений»***

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
*ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА***

**Форма обучения
*Очная, очно-заочная, заочная***

Москва, 2023 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. экон. наук, доцент Зеленев В.В.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от «27» апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент

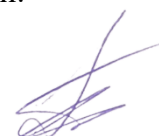


(подпись)

В.Ш. Хетагурова

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Спутник»
директор




(подпись)

А.В. Горбачевская

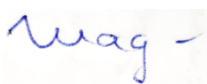
Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО
«Больше, чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

Кандидат экономических наук,
доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



И.Г. Шадская

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	6
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	11
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	14
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	23
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	23
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	24
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	25
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	26
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	26
Модель реализации культурной политики в системе инфраструктуры культурного пространства региона.....	38
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	48
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	48
Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	65
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	65
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	70

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ	
Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности. Методология культурно-досуговой деятельности	История развития массовых празднеств и зрелищ. Особенности анимационных мероприятий в Древней Греции. Характерные признаки празднования Дионисий в Древней Греции. Пятилетние игры Древнего Рима. Особенности комедии дель арте как предвестника анимационных программ. Характеристика массовых празднеств и зрелищ, зародившихся в русском народном быту. Первые «огненные игрища» в России. Первые российские карнавалы. Специфика театрализованных мероприятий, посвященных событиям Великой Отечественной войны
Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности	Анимация как вид культурно-досуговой деятельности. Характеристика основных видов досуговой деятельности. Предпосылки спроса на туристскую анимацию. Классификация туристской анимации на основании типологических характеристик. Функции туристской анимации.
РАЗДЕЛ 2. Гостиничные анимационные услуги и программы	
Тема 2.1. Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.	Сущность и состав анимационной индустрии. Анимационная индустрия. Характеристика инфраструктуры индустрии развлечений. Специфика

	анимации в заведениях общественного питания. Виды анимационных программ, используемых в тематических парках. Характеристика анимационных программ национальных парков. Характеристика анимационных программ аттрактивных парков. Специфика анимационных программ тематических парков У.Диснея. Место анимационных программ в парках культуры. Характеристика парков культуры как центров туристской анимации. Исторические предпосылки парковой анимации.
Тема 2.2. Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.	Специфика драматургии анимационных программ. Сценарный замысел. Тема, идея и жанр анимационной программы.
РАЗДЕЛ 3. Понятие технология создания анимационной программы	
ТЕМА 3.1 Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности.	Мозговой штурм как метод творческого планирования. Приемы активизации аудитории
ТЕМА 3.2 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в структуре культурно-досуговой деятельности	Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в структуре культурно-досуговой деятельности
РАЗДЕЛ 4. Эвент-менеджмент	
ТЕМА 4.1 Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства.	Понятие и сущность event-менеджмента. Event-менеджмент и event-маркетинг Практическое применение менеджмента в области проектирования, проведения и организации мероприятий и событий. Этапы развития event-менеджмента в сфере гостеприимства. Правовое обеспечение организации и проведения событий в сфере гостеприимства. Договорные отношения в сфере event-менеджмента. Документационное обеспечение проектов событий в сфере гостеприимства.
ТЕМА 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства	Соотношение понятий «событие» и «мероприятие». Классификация событий. Календарь событий в сфере гостеприимства. Проектирование. Особенности проектирования и управления проектами в Event-менеджменте. Планирование событий в сфере гостеприимства. Концепция проекта события в сфере гостеприимства

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания.

Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элементы условности при отражении в

нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманный ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых

заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технологию), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности Методология культурно-досуговой деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. С каких времён в обществе начинает развиваться культурно досуговая деятельность?
2. Как народное музыкальное творчество влияло на жизнь людей?
3. Какие условия создавались в русском государстве после XVI века для развития досуговых мероприятий?

Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Что называют инфраструктурой культурно-досуговой деятельности?

2. Какие программы по развитию этой инфраструктуры существуют в РФ?
3. Можно ли развивать инфраструктуру культурно-досуговой деятельности в тех регионах, которые не богаты культурно-историческим наследием?

РАЗДЕЛ 2. Гостиничные анимационные услуги и программы

Тема 2.1. Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.

Вопросы для самоподготовки:

1. Приведите примеры анимации в отелях
2. Должна ли быть анимация в отеле 4*?
3. Обязаны ли отели предоставлять экскурсии?

Тема 2.2 Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите эффективные приёмы мотивации персонала
2. Какую роль в анимационной деятельности играют отзывы постояльцев?
3. Можно ли сказать, что развитие анимационной деятельности началось одновременно с развитием современных технологий в конце XX века?

РАЗДЕЛ 3. Понятие технология создания анимационной программы

Тема 3.1. Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие отличия в организации досуга между курортными странами Турцией, Египтом и Россией?
2. Как можно использовать культурный потенциал региона, его историческое наследие?
3. Приведите примеры реконструкции-театрализации в городах России.

Тема 3.2 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ.

Игра в структуре культурно-досуговой деятельности.

Вопросы для самоподготовки:

Назовите 4 основных метода технология культурно-досуговой деятельности.
Роль режиссёра в контексте организации культурно-досуговых программ
Назовите свойства различных форм театрализованных представлений.

РАЗДЕЛ 4. Эвент-менеджмент.

Тема 4.1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства

Вопросы для самоподготовки:

Объясните разницу между корпоративными и массовыми событиями.

Какие цели у событийных мероприятий?

Какие приоритеты при выборе площадки?

Тема 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства.

Вопросы для самоподготовки:

Назовите цели и задачи событийного маркетинга

Когда примерно ивент-менеджмент стал самостоятельной отраслью?

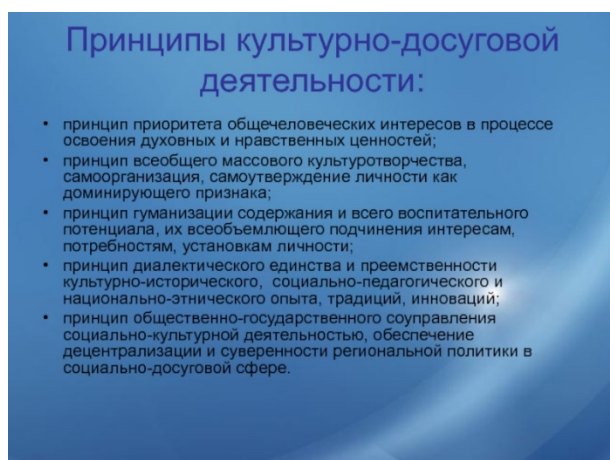
Как досуговые мероприятия влияют на продвижение отеля?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности

Методология культурно-досуговой деятельности



<https://theslide.ru/img/thumbs/944b8a4a1ab7cee7124cbab13ad2305d-800x.jpg>

Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности



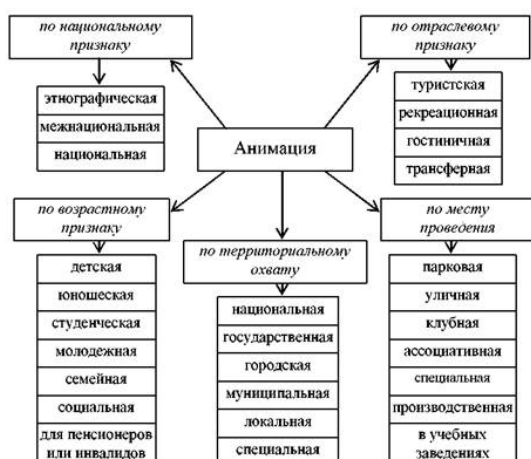
<https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza9/97497676377.files/image035.png>

РАЗДЕЛ 2. . Гостиничные анимационные услуги и программы

Тема 2.1. Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.



https://studfile.net/html/2706/614/html_7AHIVh53sk.SEHi/img-okG3ga.png



<https://konspekta.net/infopediasu/baza16/70321629079.files/image004.jpg>

Тема 2.2 Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=319002ce3e0b2e840cbc1baada5f98a6-5239793-images-thumbs&n=13>

РАЗДЕЛ 3. . Понятие технология создания анимационной программы Тема 3.1. Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности



<https://i.pinimg.com/originals/9a/08/8d/9a088d98a1066bc89fe1742b76b564d4.jpg>

Тема 3.2 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в структуре культурно-досуговой деятельности.

Драматургия культурно-досуговой программы включает в себя следующие обязательные элементы:

- *цель как ожидаемый эффект от организуемого общения участников*
- *характеристику соответствующего методического принципа (или принципов)*
- *логику использования форм, средств и способов организации деятельности участников*
- *набор условий ее эффективной реализации*

<https://ppt-online.org/246268>

РАЗДЕЛ 4. Эвент-менеджмент Тема 4.1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства.

Event- МАРКЕТИНГ event-МЕНЕДЖМЕНТ

- Ивент-маркетинг - система интегрированных маркетинговых коммуникаций, представляющих собой комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда во внутренней (внешней) маркетинговой среде посредством организации специальных событий.
- Ивент- менеджмент — комплекс мер (планируемые, организуемые, контролируемые и управляемые меры), которые необходимы для проведения исключительного, единственного в своем роде события.

https://present5.com/customparser/1701156_132441884%20---%20polagutina_event__marketing.ppt/slide_16.jpg

Тема 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства.



https://sun9-37.userapi.com/impf/c628020/v628020687/26a54/OBSCZG35yDY.jpg?size=1280x850&quality=96&sign=4cd74ea680c7708d4e49d620b683bdf4&c_uniq_tag=786dlear-c0EAlqG7Dk85RlGDxYK451FbjZt6qaDKNM&type=album

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанно читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их

доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится вверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных

терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснить их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;
- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объём презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объём и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

- «Отлично»:
- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
 - в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
 - знание по предмету демонстрируются на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
 - свободное владение терминологией;
 - ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;
- «Хорошо»:

– дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;

– ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;

– единичные ошибки в терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

– ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщённых знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

– логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;

– ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;

– студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;

– студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

– ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;

– присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;

– незнание терминологии;

– ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;

2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;

3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;

4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;

5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий
1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ/ Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности
Методология культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

Иметь представление о потребительских трендах, востребованные на рынке туристских услуг

Знать туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История развития массовых празднеств и зрелищ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Особенности анимационных мероприятий в Древней Греции	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Характерные признаки празднования Дионисий в Древней Греции.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Пятилетние игры Древнего Рима	Информационная

		лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	--	---

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В мировом научном сообществе все активнее внедряется новая теория социально-экономического развития, которая выдвигает на первый план культурные ресурсы. Представители Франкфуртской школы Хоркхаймер и Адорно ввели понятие “индустрия культуры”, согласно которому элементы массовой культуры приобретают характеристики обычного товара или услуги. Они создаются в зависимости от их обменной стоимости на рынке, а не от их культурной ценности как неотъемлемой части эстетического опыта, который коренится в традиции [4, с. 149]. Сферу массового производства и потребления продуктов культуры стали обозначать как культурную индустрию.

С середины XX в. массовая культура с помощью новых технических достижений становится одной из самых прибыльных отраслей экономики и получает еще одно название – “индустрия досуга”. Возникновению этого нового сектора экономики способствовали процессы интеграции между искусством, промышленностью, наукой и бизнесом. Индустрия досуга (leisure industry) трактуется как термин, все более отражающий яркую тенденцию к проведению досуга с помощью специализированных организаций, предоставляющих право платного доступа к объектам отдыха и развлечений [8, с. 147]. По мере индустриализации общества предложения различных способов проведения досуга становятся прерогативой специализированных агентств, организаций, компаний, которые являются не просто провайдерами разнообразных культурных и досуговых товаров и услуг, но и составляют элемент современной экономической системы.

Индустрию досуга обозначают как отрасль народного хозяйства, специализирующуюся на производстве товаров и услуг для организованного досуга [5, с. 90]. В Европе и США наиболее употребляемы понятия “индустрия досуга”, “культурные и социальные услуги”, “индустрия развлечений и отдыха”, “отдых и рекреация вне дома”, “культурная индустрия”. Такие базовые понятия, как “культурные услуги”, “культурный сервис”, “индустрия развлечений”, употребляются как в отечественной, так и в зарубежной науке [1]. Наиболее целесообразным понятием для обозначения описываемой практики мы считаем понятие “культурно-досуговая индустрия”, как наиболее ярко отражающее всю современную систему производства, распространения и продажи культурно-досуговых товаров и услуг. Культурно-досуговая индустрия выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. К культурно-досуговой индустрии относятся предприятия (организации, учреждения), основная деятельность которых связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях и отдыхе. Г.А.Аванесова справедливо отмечает, что понятие “индустрия” акцентирует внимание на индустриально-технической, технологической и предпринимательской сущности досуговой деятельности [2, с. 114]. В этом отношении показательно высказывание Ф. Бретона и С.Пру о том, что “многие исследователи из разных стран, особенно начиная с 60-х годов подчеркивали, что культура XX столетия (массовая) создавалась в условиях, похожих на те, которые существовали на заводах Форда” [4, с. 218].

Сегодня к культурно-досуговой индустрии относят цирки, парки отдыха и тематические парки, зоопарки, аттракционы, боулинг-клубы, гольф-клубы, караоке-клубы, развлекательные центры, интернет-кафе, кинотеатры, мультиплексы, аквапарки, дискотеки,

ночные клубы, катки, роллердромы, игровые центры, разнообразные концертно-зрелищные предприятия. Как самостоятельные сегменты культурно-досугового рынка работают компьютерная и интернет-индустрия, туристический, музыкальный и шоу-бизнес, спортивно-развлекательный бизнес (спортивные зрелища, спортивные, рекреационные лагеря, горнолыжные курорты, базы отдыха и др.). В последнее время игорный бизнес (казино, залы игровых автоматов, букмекерские конторы, тотализаторы) также стал позиционировать себя как часть культурно-досуговой индустрии.

Формирование и развитие культурно-досуговой индустрии есть прямое следствие достижения определенного уровня доходов населения. После удовлетворения базовых нужд у людей возникают возможности и остаются средства, чтобы приобретать культурно-развлекательные товары и услуги. Можно выделить следующие предпосылки развития культурно-досуговой индустрии: формирование общества массового производства и потребления и расширение сферы услуг в целом, растущие потребности населения в услугах рынка развлечений, стремительное развитие научно-технического прогресса и технологий, увеличение свободного времени вследствие технологизации и оптимизации рабочего процесса, информационная глобализация, желание человека самореализоваться в пространстве свободного времени. Культурно-досуговая сфера предоставляет определенную степень свободы на право индивидуального выбора занятий в рамках индустриальной цивилизации.

Культурно-досуговая индустрия понимается как массовая развлекательная культура. Меняются характер и масштаб развлечений: из индивидуальных они превращаются в массовые, глобальные. Е.В.Дуков трактует развлечение как специфическую проблему современного индустриального и постиндустриального общества. «Дело не в том, что до этого не было развлечений, – пишет Е.В.Дуков, – а в том, что развлечение “не акцентировалось” как значимая социальная и культурная ценность, не обособлялось в особую отрасль культурного производства».

<https://studfile.net/preview/9792640/page:4/>

Вопросы к обсуждению:

С каких времён в обществе начинает развиваться культурно досуговая деятельность?

Как народное музыкальное творчество влияло на жизнь людей?

Какие условия создавались в русском государстве после XVI века для развития досуговых мероприятий?

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ/ Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности.

3.Цели занятия

Иметь представление о потребительских трендах, востребованные на рынке туристских услуг

Знать туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анимация как вид культурно-досуговой деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Характеристика основных видов досуговой деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Предпосылки спроса на туристскую анимацию.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Классификация туристской анимации на основании типологических характеристик.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Функции туристской анимации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Инфраструктура культуры и досуга – комплекс отраслей, учреждений и организаций хозяйственной практики, которые создают условия их функционирования как экономической отрасли, обеспечивая ее существование.

В этой инфраструктуре выделяются самостоятельные единицы:

1. Производственный и сервисный комплексы тех отраслей хозяйства, которые обслуживают население в свободное время и создают условия для рекреации, индивидуального развития людей, их развлечений. В эту инфраструктуру входят сегменты, связанные с культурой, спортом, рекреационными зонами, культурно-досуговым сервисом, туризмом.

Элементами КД-инфраструктуры выступают:

исторические центры, культурные памятники, мемориальные территории;
отраслевые организации сферы культуры и искусства (учреждения культуры – библиотеки, кинотеатры, театры, музеи, выставочные залы, филармонии и др.);

развивающие организации, обучающие фирмы;

городские зоны отдыха (парки, скверы, пляжи);

рекреационные зоны вне города (нацпарки, санатории, курорты);

учреждения и фирмы, производящие услуги спортивно-оздоровительного, культурного и художественно-обучающего назначения (стадионы, аквапарки);

турфирмы и связанные с ними перевозки, система гостеприимства;

тематические парки, игровые и культурно-досуговые центры;

рестораны, кафе;

модельный бизнес.

2. Производство и трансляция КД-информации, а также товары культурно-досугового и информационно-художественного назначения:

развлекательные телепрограммы, радиопередачи;

сеть Интернет;

артпродукты (подготовка и запись на пленку разного рода шоу, теле- и радиопрограмм, музыкальные компакт-диски, аудио- и видеокассеты, компьютерные игры);

редакционно-издательская деятельность (выпуск книг, журналов, газет);

производство товаров и техники культурно-спортивного назначения (спорт. одежда, сувениры, настольные игры, муз. инструменты, аудиовизуальная техника, свето- и звукооборудование и т.п.)

3. Дороги, связь, транспорт

4. Профессиональные кадры и учреждения по их подготовке

На формирование человеческого капитала оказывают влияние исторически сложившиеся связи, установленные нормы и ценности, устои и правила, накопленные социумом на различных этапах развития цивилизации. Их носителем является социально-культурная среда, сформированная многими поколениями. С понятием социально-культурной среды, или сферы, в тесной взаимосвязи находится понятие социально-культурной инфраструктуры. В 2018 г. на Межпарламентской Ассамблее государств-участников Содружества Независимых Государств было принято следующее определение инфраструктуры социально-культурной сферы: «...совокупность материальных, организационных, финансово-экономических, кадровых, информационно-методических и иных условий осуществления социально-культурной деятельности, обеспечивающих удовлетворение духовных потребностей граждан».

Другими словами, под социально-культурной инфраструктурой принято понимать совокупность институтов, видов деятельности и предприятий социально-культурной сферы, которые обеспечивают комплексное воспроизводство сил человека, удовлетворяют его личные, общественные и духовные потребности через предоставление услуг в социальной и культурной сфере. Она отражает фактическую возможность населения получать услуги в социально-культурной сфере на территории проживания. Но ограничения, введенные в период пандемии (локдаун и самоизоляция), показали, что потребности населения в удовлетворении

культурных потребностей привели к перестройке деятельности учреждений, которые успешно предоставляли услуги в онлайн-формате, что частично снимает проблему неравномерности доступа к услугам населения, проживающего в населенных пунктах с недостаточно развитой социально-культурной инфраструктурой.

Существует несколько нормативно-правовых документов и баз, которые определяют показатели социально-культурной инфраструктуры. Если ориентироваться на общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД), статистика по отрасли предоставляется в разделе «Деятельность по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта». Согласно методике Росстата, в качестве показателей выделяют деятельность библиотек, музеев и выставок, зрелищных предприятий, клубных учреждений, парков культуры и отдыха, ботанических садов и зоопарков, телевидения и радиовещания. Последние несколько лет показали, что активное развитие социально-культурной инфраструктуры происходило с применением цифровых технологий, а в некоторых случаях Интернет выступал в качестве самостоятельного объекта социально-культурной инфраструктуры, поэтому также может выступать в качестве показателя.

Современная научная литература предлагает множество классификаций институтов социально-культурной инфраструктуры. Ориентируясь на целевые показатели большинства государственных и муниципальных программ, в ее составе можно выделить следующие блоки: интеллектуальная, общественная и культурная деятельность (средства массовой информации, туризм, образование, наука, культура, искусство, общественные организации); деятельность по сохранению и укреплению здоровья (физическая культура и спорт, здравоохранение, экология) и обслуживающая деятельность (общественное питание, транспорт и связь, учреждения в сфере услуг). Но все же чаще всего к институтам социально-культурной сферы относят культурно-досуговые учреждения, библиотеки, музеи, цирки, театры, кинотеатры и пр.

Источник: <https://studfile.net/preview/7086584/page:6/>

Источник: Ласточкина Оксана Сергеевна **ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ** // Развитие территорий. 2021. №4 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sotsialno-kulturnoy-infrastruktury-v-sovremennoy-rossii> (дата обращения: 06.07.2023).

Взаимодействие с аудиторией:

Что называют инфраструктурой культурно-досуговой деятельности?

Какие программы по развитию этой инфраструктуры существуют в РФ?

Можно ли развивать инфраструктуру культурно-досуговой деятельности в тех регионах, которые не богаты культурно-историческим наследием?

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Гостиничные анимационные услуги и программы. Тема 2.1. Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и состав анимационной индустрии..	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Анимационная индустрия.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Характеристика инфраструктуры индустрии развлечений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Специфика анимации в заведениях общественного питания	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сущность досуга в гостиницах и туристских комплексах

досуг гостиница обслуживание туристский

В общепринятом, или бытовом, понимании культуры сегодня досуг рассматривается как живой творческий процесс: свободный выбор культурных занятий, художественное творчество, приобщение к лучшим образцам искусства, самоорганизация досуга и т.д. Происходит переосмысление функций культуры в обществе: теперь это не идеологическое воспитание и культурное обслуживание, а создание условий для развития культуры и человека. Меняет свое содержание и культурный досуг, сохраняя и совершенствуя сервисную функцию.

Мнение ученых о сущности досуга неоднозначно. Одни считают, что досуг — это время, не занятое работой, свободное для развлечений, личных занятий, хобби и т.д. Другие

определяют досуг как социальную организацию свободного времени именно в форме досуговых занятий и передвижений. Психологи обращают внимание на необходимость специальных досуговых потребностей, установок и ценностей. Социологи нередко связывают с досугом ощущение свободы, возможности индивидуального выбора. В каждой точке зрения есть своя доля истины.

Есть много примеров использования различных форм семейной художественной, спортивной и туристской деятельности. Трудно переоценить воспитательную значимость сотворчества родителей и детей. Оно укрепляет морально-психологические устои семьи, способствует обогащению эмоционального мира детей, формированию их эстетической зрелости.

Исследуя значение организации досуговой деятельности, следует определить само понятие «анимация» и выяснить роль и задачи аниматора.

Анимация рассматривается как деятельность по разработке и представлению специальных программ проведения свободного времени. Анимационные программы включают спортивные игры и состязания, танцевальные вечера, карнавалы, игры, хобби, занятия, входящие в сферу духовных интересов и т.п.

Анимация - сравнительно новое направление курортной деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление - порождение конкуренции между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов (9).

Анимационные бригады работают с туристами на протяжении всего дня: утром приглашают на игровые и спортивно-оздоровительные программы, днем - на театрализованные представления, вечером организуют красочное шоу, празднование дней рождения, вечера знакомства, танцевальные вечера и т. д. Для детей и подростков предлагаются игровые программы, водные аттракционы, экскурсии, конные прогулки, конкурсы, демонстрация художественных и мультипликационных фильмов, работа различных кружков. Особенно популярна такая активность на отдыхе в Турции, Египте, Греции, Испании, на Кипре.

Основами культурно-досуговой анимации туристского обслуживания в отелях является:

- комплексный подход к организации мероприятий;
- свобода выбора этих мероприятий;
- театрализация: использование разнообразных приемов и всех видов искусства (живопись, музыка, литература), при этом ход события определяется сценарием;
- персонализация.

К традиционным формам организации таких мероприятий относят:

- карнавал (народное гуляние в виде уличного шествия, парада, маскарада);
- раут (собрание людей, не предполагающее танцы);
- банкет (массовое собрание людей, в основе которого - обильное угощение);
- мистерия (театрализованная постановка пьесы религиозного содержания);
- раус (мероприятие по зазыванию зрителей перед презентациями, культурно-досуговыми программами);
- церемония (культовый благоговейный /государственный/ акт, который проводится в строгом порядке;
- шоу-представление, массовое зрелище.

Для того чтобы удачно составить развлекательную программу для отеля, необходимо определиться с рядом критериев, а именно с:

- жанром, при котором создается особая атмосфера и ощущения для зрителей (драма, клоунада, мюзикл и т. д.). При этом номера и фрагменты должны сочетаться таким образом, чтобы сложилась единая картина и связанная структура элементов данного представления;
- названием данного шоу, которое создает настрой и раскрывает его суть;

- сценарным планом, в котором обозначен перечень элементов, фрагментов, событий в процессе их развития, персонажей, их отношения и движение. Обязательно должна быть завязка, кульминация и развязка;

- сценарием, т. е. детализацией пунктов сценарного плана, а также работа над литературной частью - проработкой монологов и диалогов, изучением речевого стиля;

- режиссерским планом - перевод литературы на язык действия (если это постановка по мотивам литературного произведения), составление и координация непрерывной действенной цепочки, и работа с техникой, светом и звуком.

Кроме этого важно - где будет разыгрываться данное действие (на летней площадке, в баре, около бассейна), определиться с темпом, ритмом, включением эффектных моментов и репетиционным периодом.

Вечерние представления являются главной частью развлекательной программы отеля. Они должны быть очень разнообразны по содержанию, постановке, костюмам и интересны для всех отдыхающих. Как правило, в них принимают участие все аниматоры. Организаторы стремятся сделать каждое представление ярким, красочным, запоминающимся, в каждом из них должна быть своя изюминка.

И по форме вечерние шоу бывают самые разные: это и небольшая бытовая сценка, разыгранная актерами-аниматорами, и серьезное театрализованное представление, в котором могут принять участие зрители из зала, гости, заранее приглашенные на ту или иную роль.

В процессе взаимодействия между туристами и персоналом отеля формируется отношение гостя к отелю, распорядку, установленному в нем, сервису, комфорту, созданному специально для него, а значит и настрой на отдых. От доброжелательности и профессионализма всего персонала отеля, принимающего гостей, во многом зависит: захочет ли турист приехать в этот отель еще раз.

От квалификации же специалистов-аниматоров зависит: надолго ли запомнится туристу этот его достаточно кратковременный отдых в данном отеле.

Анимация - это целая отрасль в гостиничном обслуживании, составная часть всего сервиса клуба-отеля (ресторана, спортплощадки, бассейна и т.д.). Аниматоры по сути своей - это те же массовики-затейники, которых нанимают для того, чтобы никто из гостей не скучал. Одним словом, аниматор - душа общества, человек, который должен поддерживать настроение публики на самой высокой отметке. Ведь не зря само слово «анима» в переводе с латыни значит «душа», «дух» (2). Но и здесь главное не переусердствовать и сделать все, чтобы гости остались довольны отдыхом и работой команды аниматоров.

Аниматор - тот же артист, и вся его деятельность требует постоянной самоотдачи - ежедневно, ежеминутно, на протяжении пятнадцати и более часов в сутки (13). Не всякий может выдержать столь активный и бурный ритм, поэтому так важно хорошо организовать работу аниматоров. Хороший аниматор - половина успеха любого мероприятия. Будь то день рождения, свадьба или корпоративная вечеринка. Давно прошла эпоха шаблонных праздников с тамадами, тостами и традиционными, набившими оскомину конкурсами. Новый век диктует новые стандарты праздника. И аниматоры здесь исполняют важную роль.

Аниматоры одинаково интересуют и детей, и взрослых. Дети с радостью примут забавную игру, а взрослые с удовольствием вспомнят детство, участвуя в интересных конкурсах. Выступления аниматоров особенно интересны тем, что они включают зрителей программы в захватывающее интерактивное действие.

Обучение аниматоров проводится сегодня многими организациями, потому что это действительно та профессия, которая нужна в сфере проведения праздников.

Менеджеры-аниматоры должны обладать высокими деловыми качествами, глубокими знаниями психологии людей, практическими навыками работы в условиях четко отлаженного механизма.

По большому счету, деятельность аниматора направлена на развитие творчества туристов, обогащение содержания анимационной деятельности, поиск новых форм работы с

учетом современных запросов, использование материальных и выразительных средств в полном объеме.

А если вооружить работников сферы туризма интересными и увлекательными программами, учитывающими возрастные и психологические особенности, местные традиции и традиции других стран, то это позволит сделать туризм массовым, способным вовлечь в свою сферу все социальные слои населения, в том числе молодежь.

Рассматривая программный туризм и анимационное обслуживание в гостиницах, мы можем сделать вывод о том, что в современном мире в условиях жесткой конкуренции на рынке туристских услуг невозможно представить гостиничный комплекс без организации в ней анимационной деятельности. Которая должна быть, мало того, что, интересной, политкорректной, понятной, но и по своему индивидуальной.

Источник: https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0b65635b3bc68a5d53b88421316c36_0.html#text

Взаимодействие с аудиторией:

Приведите примеры анимации в отелях

Должна ли быть анимация в отеле 4*?

Обязаны ли отели предоставлять экскурсии?

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Гостиничные анимационные услуги и программы. Тема 2.2 Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Специфика драматургии анимационных программ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Сценарный замысел.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Тема, идея и жанр анимационной программы.	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	--	---

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В процессе взаимодействия между туристами и персоналом отеля формируется отношение гостя к отелю, распорядку, установленному в нем, сервису, комфорту, созданному специально для него, а значит и настрой на отдых. От доброжелательности и профессионализма всего персонала отеля, принимающего гостей, во многом зависит: захочет ли турист приехать в этот отель еще раз.

От квалификации же специалистов-аниматоров зависит: надолго ли запомнится туристу этот его достаточно кратковременный отдых в данном отеле.[4]

Аниматор – специалист по формированию и продвижению туристско-спортивного продукта на туристском рынке и организации спортивно-оздоровительной деятельности туристов.[5]

Слаженность анимационной команды зависит от того, насколько хорошо подобран персонал. Подход к подбору кадров у разных туркомплексов и отелей разный. Некоторые отели, имеющие свою профессионально разработанную программу, принимают на работу аниматорами только молодых людей, не имеющих опыта в данной сфере деятельности. Отели, не имеющие определенной программы, принимают на работу только опытных аниматоров.

Есть определенные требования, предъявляемые к личностным качествам аниматоров, которых придерживаются все менеджеры анимационных служб. К таким качествам относятся: коммуникабельность, черты природного лидера, талант общения с людьми, актерские задатки, терпеливость, интеллигентность, ответственность, тактичность, дисциплинированность, дипломатичность, умение создать семейную атмосферу, атмосферу радости и дружбы, умение получать удовольствие от работы.

Аниматоры по типу темперамента должны быть сангвиниками, так как люди, обладающие сангвиническим темпераментом, характеризуются как подвижные, общительные, уравновешенные, жизнерадостные и легко приспосабливающиеся к обстоятельствам.[6]

Кроме требований к личностным качествам, определенные требования предъявляются к состоянию здоровья и физической форме аниматоров.

Поскольку рабочий день аниматора длиннее, чем у других работников отеля, необходимо, чтобы они были здоровыми людьми как физически (отсутствие заболеваний, аллергии на солнце), так и психологически.

Утром аниматоры проводят занятия по аэробике, развлекают туристов на пляже. Днем сопровождают их на экскурсиях и за покупками. Вечером шоу, а еще нужно проследить, чтобы не скучали посетители бара. Кого-то надо пригласить потанцевать, с кем-то просто поговорить. Поэтому традиционно аниматорами работают молодые люди.[7]

Хорошая память на лица – профессиональная обязанность аниматора.

Одним из основных требований к аниматорам является знание языков – минимум двух, но лучше нескольких. Тогда аниматор сможет работать с туристами из разных стран. Работа с разными возрастными категориями туристов также обязывает разбираться в возрастной психологии и педагогике.

Аниматоры должны быть разносторонне образованны и владеть навыками организации и проведения большинства видов анимационных программ во всех их формах. Для этого

аниматоры должны получать образование в соответствующих учебных заведениях и постоянно повышать свою квалификацию на базе отеля или туркомплекса.

Труд высококвалифицированных тураниматоров требует большого напряжения сил и энергии, вовлечения творческого потенциала, сопряжен с высокой ответственностью за жизнь и здоровье людей, вместе с тем – это свободный, творческий труд, требующий высокой квалификации и обширных знаний

Главный менеджер анимационной службы должен мотивировать и поощрять сотрудников за хорошие результаты анимационного обслуживания туристов.

Источник: <https://allrefrs.ru/4-17779.html>

Вопросы для самоподготовки:

Перечислите эффективные приёмы мотивации персонала

Какую роль в анимационной деятельности играют отзывы постояльцев?

Можно ли сказать, что развитие анимационной деятельности началось одновременно с развитием современных технологий в конце XX века?

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 3. Понятие технология создания анимационной программы.

Тема 3.1. Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мозговой штурм как метод творческого планирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Приемы активизации аудитории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Анализ территории на предмет рекреационного потенциала	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Адаптация тур продукта под местные условия	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Модель реализации культурной политики в системе инфраструктуры культурного пространства региона

Представим концептуальное обоснование модели мобильной реконструкции инфраструктуры культуры в региональной культурной политике. Ориентация культурной политики на региональном уровне требует критической оценки, концептуального осмысления, обобщения и систематизации концептов и моделей государственной культурной политики, которые демонстрируют возможности её оптимизации современной России. Высокий уровень социально-экономической и социально-культурной дифференциации российских регионов требует учитывать различные темпы адаптации к рыночным условиям и реадaptации к новым региональным возможностям.

Нужно сказать, что поликультурные особенности региональной культуры отвечают соответствующей многослойной логике исторического развития. В связи с этим права Т.Ф. Ляпкина, утверждающая, что многоукладная культурная политика, вбирающая в себя духовные, религиозные, этнокультурные особенности региона, формируется на основе региональной системы распространения культурных ценностей. В этом смысле символично то, что культура Сибири непрерывно взаимодействует с другими культурами. В современных подходах к процессу моделирования в контексте инфраструктуризации действительно требуются коренные преобразования культурного пространства, которое складывается из сочетания переселенческих волн, старожильческих, диаспорных и аборигенных слоев населения. В связи с этим важно учесть, как на это указывает автор, в качестве доминанты архитектоники культурной политики в составе этнических, сакральных, архаичных традиций и культурно-цивилизационного подхода служит совокупность гуманистических и просветительских концептуальных идей [74, с. 159].

Модель культурной политики представляет собой абстрактную конструкцию, которая не встречается в реальности в чистом виде, но дает адекватное описание основных характеристик и способов функционирования конкретного феномена. В данном случае речь идет о конкретной культурной политике в конкретной стране. Существует несколько основных моделей культурной политики, разработанных на основе черт, являющихся общими

для ряда стран с различными уровнями экономического развития, различными политическими системами и культурными традициями.

Анализ моделей культурной политики России «советского» и «постсоветского» периодов показывает, что эти две качественно своеобразные модели имеют ряд достоинств и недостатков. Первая из них характеризуется с ясностью цели и последовательностью её достижения, госбюджетным финансированием и жестким контролем. Вторая отличается расплывчатостью цели и отсутствием программы, рыночным самообеспечением, ценностным плюрализмом и деидеологизацией культурной сферы.

Задача состоит в том, чтобы разработать оптимальные модели региональной культурной политики. В то же время на региональном уровне управления главное внимание следует сосредоточить на сохранении культурной самобытности регионов, на поиске материальных средств и возможностей для реализации программ развития культуры. Это становится одним из ключевых механизмов взаимодействия федерального и регионального уровней управления [45].

В странах Западной Европы и России в 1970–1990 гг. начали формироваться две базовые модели культурной политики, важные для регионов: патерналистская, или государственная, и партнерская, или рыночная. Первая модель построена на идеологии государственного патронирования в обмен на идеологическую лояльность. Вторая, рыночная, предусматривает инновационные решения. Она оказалась более сложным явлением, чем ожидалось, и в целом ряде регионов учреждения культуры оказались на грани развала, не успевая за столь короткий срок перестроиться на рыночные отношения. При этом между обществом – государством и сферой культуры складываются непростые отношения.

Сфера культуры теперь напрямую соотносится с обществом. При этом общество может формировать социальный заказ, что выражается в адекватном спросе на достижения культуры, вносить конструктивные предложения, выступать с инициативами, направленными на развитие новые культурных процессов.

Этот подход подтверждает позиция С.Б. Брижатовой по поводу того, что «воссоздание и развитие местной, локальной культуры отвечает задачам:

- воссоздание и активизация исторической памяти;
- восстановление элементов архитектурной среды;
- организация пропаганды русского народного творчества;
- развитие стимулирования и привлечения общественности к этнокультурным инициативам» [15, с. 61].

Существует также позиция, связанная с влиянием организационной культуры на моделирование культурной политики. В этой связи необходимо заметить, что для учета данного фактора при моделировании неизбежно встает вопрос соотношения целенаправленных и самоорганизационных процессов в развитии и изменении культуры. Как справедливо пишет О.О. Ладыгин, «...эти процессы переплетаются, не противоречат, а взаимодополняют друг друга [69, с. 95]. В связи с этим намечается своеобразный координирующий подход к балансировке инициативных и институциональных проявлений в региональной культуре.

Источник: <https://studfile.net/preview/7191249/page:11/>

Вопросы для самоподготовки:

Какие отличия в организации досуга между курортными странами Турцией, Египтом и Россией?

Как можно использовать культурный потенциал региона, его историческое наследие?

Приведите примеры реконструкции-театрализации в городах России.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 3. Понятие технология создания анимационной программы. Тема 3.2
 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в
 структуре культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

- Иметь представление о безопасности путешествия.
- Изучить вопрос страхования при поездках.
- Знать правила для путешественников.
- Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Творческие основы технологии анимационной культурно-досуговой деятельности в гостиничной деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Характеристика режиссерской деятельности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Профессиональные функции современного режиссера.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Специфика режиссуры анимационных программ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Виды анимационных постановок	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
--	--	-------------------------------

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Культурно-досуговая программа создается на основе сценарно-режиссерского замысла, обогатившегося социально-культурным творчеством самих участников программы и зрителей.

Рассматривая драматургию культурно-досуговых программ как важную часть технологии культурно-досугового процесса, следует подчеркнуть, что она имеет свою специфику.

Драматургия - это сюжетно-образная концепция культурно-досуговой программы. Драматургия - это сюжетно-образная концепция массового действия, где само драматургическое действие создается через выстраивание и проигрывание сюжетно-образного решения программы.

Если в театральном творчестве в качестве исходного материала выступает конкретная пьеса, то в культурно-досуговой программе это происходит с помощью выразительных средств на основе самой жизни, реального фактического материала, реальных героев, которыми является и аудитория. Режиссёр идет от жизни к пьесе, где представление организуется по законам театра, но своими специфическими средствами.

В театре драматургическая концепция спектакля предопределяется границами материала пьесы, а в культурно-досуговой программе - исходным, общественно значимым событием, где она выступает как способ донесения социальной информации, выраженной в художественной форме.

В учреждении культуры: творчество сценариста профессионально; драматургическое творчество осуществляется коллективно и индивидуально; драматургия культурно-досуговых программ динамична и оперативна; многогранность и оперативность решаемых учреждением культуры задач дает им право использования в сценарии опубликованных литературно-художественных, документальных и исторических произведений или их фрагментов; драматургия культурно-досуговых программ - документальна (обязательным является включение в сценарий фактов из жизни конкретной аудитории); построение сценария осуществляется по эпизодам; задача драматурга - создать наиболее эффективное интеллектуальное и эмоциональное воздействие на аудиторию; в сценарии используется все многообразие выразительных средств как профессионального, так и самодеятельного искусства, а так же и специальных выразительных средств; использование документального и художественного материала осуществляется на основе метода монтажа; в сценарии культурно-досуговой программы герой - конкретный, реальный человек или художественный образ; задача сценариста создать идеальное проектирование будущей программы, которая может быть осуществлена не только на сцене, но и в зрительном зале, на улице, в доме.

Формы культурно-досуговых программ реализуются на основе хорошо драматургически разработанных сценариев.

Сценарий - это подробная литературная разработка содержания.

Работу над сценарием следует начинать с определения темы и идеи. Эти два понятия тесно связаны, но отличны друг от друга. Тема - это круг явлений, отобранных и освещенных автором.

Идея - это основной вывод, мысль, оценка изображаемых событий.

Тема обычно задана с самого начала, а к идее, как общему главному выводу, сценаристу и режиссеру следует еще постепенно подвести участников и зрителей программы. Творческая задача - пробудить активное восприятие действия, заставить каждого как бы стать участником события и самому осмыслить идею. Тогда задача осознания идеи подчинена развитию действия.

Одна из специфических особенностей сценария культурно-досуговой программы состоит в его документальной основе. Поэтому для выбора сюжета нужно найти основное

событие, ибо дальнейшие поиски яркого интересного сюжета будут определяться основным событием.

Следующим шагом является продумывание композиции сценария, то есть реализация конфликта, сюжета в сценическом действии.

Композиция есть организация действия и соответствующее расположение материала.

В сценарии нужно предусмотреть экспозицию, то есть ввод в действие, короткий рассказ о событиях, предшествовавших возникновению конфликта. Экспозиция обычно перерастает в завязку или непосредственное начало действия. Экспозиция и завязка должны быть предельно четкими, лаконичными.

Основное действие. Эта часть подчиняется следующим законам. Строгая логичность построения и развития темы. Каждый эпизод должен быть обусловлен, связан смысловыми "мостиками" с предыдущим и последующим.

Нарастание действия. Заданное экспозицией-завязкой действие развивается по нарастающей к кульминации и развязке. Нельзя идти от эмоционально сильных эпизодов к более слабым.

Законченность каждого отдельного эпизода. В миниатюре эпизод должен повторить весь сценарий, иметь все составные моменты, законченную композицию. Действие необходимо обязательно довести до кульминации, в которой наиболее концентрированно выражается идея драматургического замысла. Финал - весьма важная часть композиции, он несет в себе особую смысловую нагрузку, так как является наиболее важным моментом для максимального проявления активности всех участников.

Источник: <https://studfile.net/preview/5913150/page:46/>

Вопросы для самоподготовки:

Назовите 4 основных метода технология культурно-досуговой деятельности.

Роль режиссёра в контексте организации культурно-досуговых программ

Назовите свойства различных форм театрализованных представлений.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Эвент-менеджмент. Тема 4.1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

1. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и сущность event-менеджмента.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
2	Event-менеджмент и event-маркетинг Практическое применение менеджмента в области проектирования, проведения и организации мероприятий и событий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Этапы развития event-менеджмента в сфере гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Правовое обеспечение организации и проведения событий в сфере гостеприимства	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Event-менеджмент – это особая разновидность индустрии развлечений, туризма и маркетинга, которая значительно выросла за последние несколько лет. Для начала следует признать, что понятие event отражает не некое объективно измеримое качество, но исключительный характер определенного мероприятия или события, воспринимаемый субъективно. Event возникает в сознании и чувствах тех, кто его переживает. В переводе понятие event означает событие, однако включает в себя также смысловые оттенки благоприятного случая, исключительного происшествия, наиболее вероятного желаемого результата, мероприятия, спортивного состязания.

В зависимости от целей и характера можно выделить следующие виды акций: соревнования; семинары, курсы повышения квалификации; фанд-рэйзер (fund-raisers) - мероприятия по сбору средств на различные цели; встречи, заседания, годовщины; особые мероприятия; церемонии, поздравления, открытия, торжества; спортивные мероприятия; музыкальные выступления и концерты; массовые гуляния.

Исключительный характер мероприятия отражают также следующие аспекты:

1. оно дорого как память; запоминается как нечто исключительно позитивное;
2. оно неповторимо, уникально (никакой рутины!);
3. оно побуждает участников к активности, предоставляя им дополнительные выгоды и эффекты;
4. оно грамотно спланировано, определенным образом оформлено, организовано и инсценировано;
 - . оно отличается многообразием ярких событий, взаимодействий и восприятий;
5. в нем прослеживается зависимость между впечатлениями и символами;

б. с точки зрения участников это исключительное событие.

Понятие event субъективно и неоднозначно. Основные преимущества мероприятия становятся возможны благодаря побочным event-эффектам, плавно переходящим один в другой. Но и сам event не имеет четких границ: прибытие в место проведения мероприятия, организация питания, окружение и отъезд вполне способны добавить ярких штрихов в общее впечатление.

Сущность, принципы и функции ивент-менеджмента

Event - (событие, приуроченное к определенному времени, англ. яз.) превращение мероприятия посредством вспомогательных эффектов в нечто совершенно исключительное с точки зрения посетителей. Проводимые мероприятия включают: корпоративные, частные и некоммерческие праздники, выставки, торговые ярмарки и PR-акции.

Event – management оказывает полный спектр услуг по: организации корпоративных событий (корпоративные праздники для клиентов и партнеров, внутрикорпоративные праздники, юбилеи фирм, приемы, фуршеты, выездные мероприятия, корпоративные уик-энды, программы team building и пр.)

Для начала давайте разберемся в понятиях мероприятие и событие. В принципе мы используем их как синонимы, но событие может включать в себя не одно, а несколько мероприятий разных форматов. Не считая того, событие может также включать в себя разные церемонии и шоу-программы. Исходим из задач. На ивент-рынке сейчас действуют три группы лиц, а конкретно: заказчики, исполнители и подрядчики.

Первые, в свою очередь, делятся на три главных сектора: Работа со всеми 3-мя группами имеет ряд собственных особенностей. Так, внутри каждой из групп можно выделить более популярные и нужные для их видов ивентов. В рамках нашей темы мы опустим последнюю группу и сконцентрируемся на анализе первых 2-ух. Ивенты для компаний - это безупречный метод ненавязчиво привлечь внимание к собственной работе, показав во всем разнообразии и продукты, и сервисы, и ценностные ориентиры. Конкретно ими обосновано обилие форматов ивент-мероприятий: спонсируемые компаниями празднички для малышей и родителей, молодежи, концерты звезд, спортивные состязания, корпоративные действия для служащих и партнеров и т. п.

Рассматривая бюджет на событийный маркетинг, компании должны обдумывать необходимость комплексного подхода, чтобы и тут сохранить собственный стиль и выделить корпоративные ценности. Разобравшись в целях, можно приступить к выбору ивент-инструментов, при помощи которых будут решаться те либо другие задачки. Отдельным пунктом, который во многом суживает, а время от времени и расширяет область выбора ивента, становится бюджет.

Компании сейчас, исходя из собственных целей и средств, употребляют определенные инструменты событийного маркетинга, увеличивая популярность одних и оставляя «на позже» остальные. По-прежнему нужны выставки, конференции, семинары и корпоративные мероприятия для служащих.

В то же время в корпоративном секторе выслеживается некая тенденция к проведению наиболее креативных мероприятий. Что касается классического и более распространенного в современной ивент-практике варианта продвижения бренда через событие, то тут стоит огласить о различных так именуемых branding events. Так как конкретно погружение участников действия в мир марки, основанное на включении чувственного восприятия аудитории, - один из более действующих методов все полно ценно раскрыть стиль бренда, запечатлеть его в сознании публики и управлять продажами в длительной перспективе. Можно огласить, что на 1-ый план сейчас выходят корпоративные ивенты: как внутренние - для служащих, так и наружные - для партнеров и клиентов, так как в реальный момент в особенности принципиально сохранить и приумножить количество контактов. В целом же, делая упор конкретно на опыт агентства, также беря во внимание ситуацию на рынке, следует выделить несколько более фаворитных направлений ивентов: собрания для дилеров, дистрибьюторов, менеджеров по продажам - с целью подведения итогов, планирования и

увеличения мотивации служащих; тренинги для служащих и мотивационные программы (это направление постоянно актуально, весь вопрос - в предполагаемом бюджете и уникальном предложении); особые акции, направленные на увеличение продаж и вербование клиента (но сейчас эти акции должны быть мегакреативны для того, чтоб очень завлекать внимание). К слову, основываясь на классификации, представленной в книжке «великолепные мероприятия», можно выделить последующий хит-парад ивентов: Мероприятия, конкретно приносящие прибыль. К ним можно отнести некие семинары и конференции, фестивали, выставки, концерты, аукционы, спортивные соревнования.

Источник: <https://poisk-ru.ru/s79469t1.html>

Вопросы для самоподготовки:

Объясните разницу между корпоративными и массовыми событиями.

Какие цели у событийных мероприятий?

Какие приоритеты при выборе площадки?

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Эвент-менеджмент. Тема 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Соотношение понятий «событие» и «мероприятие»..	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Классификация событий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Календарь событий в сфере гостеприимства.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
4	Проектирование	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5 Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

До недавнего времени организацией массовых мероприятий (банкеты, деловые встречи, конференции и др.) занимались отдельные компании и гостиницы. Гостиницы преимущественно те, которые располагают в наличии (при проектировании отеля) достаточным количеством и качеством конференц-залов.

За последнее десятилетие индустрия деловых встреч и связанных с ними поездок выросла в самостоятельную сферу бизнеса. Ежегодно в Москве увеличивается спрос на проведение конференций, выставок, семинаров и т.д. Такая ситуация связана с возрастающей ролью столицы в мировом сообществе и с развитием тесных взаимодействий с зарубежными странами. Поэтому можно легко понять всю привлекательность данного вида бизнеса для гостиниц.

Однако в XXI веке достижение успехов в любой сфере деятельности не возможно без роста профессионализма, неустанного совершенствования знаний и умений.

В настоящее время существует множество гостиничных предприятий, ориентированных на проведение разного рода мероприятий. Однако профессиональной организацией последней занимаются единичные компании. Проблемы такого характера проявляются не только в уровне профессиональной подготовки соответствующего персонала, но и в знаниях особенностей планирования, организации и проведения конкретного вида мероприятия.

Кроме того, важным моментом является достаточная вместимость номерного фонда отеля, чтобы обеспечить проживание всех участников мероприятия.

Предметом исследования работы является организационно экономические отношения, возникшие в процессе деятельности отдела по организации и проведению мероприятий в гостинице.

Объектом работы является гостиница «Ахтуба».

Изучение теории и практики событийного мероприятия основано на работах отечественных и зарубежных учёных: Манихина А.А., Назимко А.А., Новиковой М., Шумовича А.В., Лемера С., Сондера М.

Цель квалификационной работы раскрыть вопросы организации и проведения событийного мероприятия.

В соответствии с данной целью в квалификационной работе решаются следующие задачи:

1. Выявление основных видов событийного маркетинга
2. Рассмотреть организацию и проведение маркетинговых мероприятий
3. Проанализировать проведение событийных мероприятий в гостинице Ахтуба.
4. Разработать рекомендации по совершенствованию проведения событийных мероприятий в гостинице Ахтуба

Тема выбранной работы в литературных источниках освещена в недостаточном объеме. В специализированной литературе содержится небольшое количество материала по организации деятельности отдела по массовым мероприятиям (event отдел). Информационно-методологической основой работы послужили книги таких авторов, как: Ляпина И.Ю., Кабушкин Н.И., Яковлев Г.А., Федцов В.Г., Уокер Д.Р., в качестве нормативной базы было использовано Законодательство РФ, в частности Гражданский и Налоговый кодекс РФ. Среди средств массовой информации в данной работе был использован журнал «Renaissance Seasons». Также не менее важное место среди информационной базы занимают и источники Интернет, это сайт «ГАО «Москва», брошюры и банкетные киты Гостиницы «Ренессанс», и некоторые статьи, представленные в сети Интернет.

1. Теоретические аспекты разработки событийного мероприятия и оценка его экономической эффективности гостиница конкурентный туристический событийный

1.1 Событийные мероприятия: определение, цели, задачи, виды

Событийное мероприятие - фрагмент реальности (действительности), имеющий четкие признаки, свою внутреннюю структуру, свой «сюжет» или «сценарий», т.е. объективные характеристики, без учета которых их невозможно описать, подвергнуть суждениям (субъект события, средства, объект, время, обстоятельства или условия, причина, цель, результат).[1]

Событийными называют мероприятия, не подходящие под более узкое определение, например арт-моб или пресс-конференция. Как правило, это какое-либо действие, запланированное по определенному сценарию.

Событийное мероприятие зачастую используют, чтобы продемонстрировать потенциальной целевой аудитории достоинства услуг или эмоции, которые она будет испытывать, совершив покупку или взаимодействуя с брендом.

Подготовка к мероприятию начинается с создания концепции - идеи события, после чего она встраивается в сценарий. Концепция мероприятия должна отражать следующие факторы:

https://revolution.allbest.ru/sport/01177865_0.html#text

Вопросы для самоподготовки:

Назовите цели и задачи событийного маркетинга

Когда примерно ивент-менеджмент стал самостоятельной отраслью?

Как досуговые мероприятия влияют на продвижение отеля?

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1.ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 1.Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ/ Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности
Методология культурно-досуговой деятельности.

3..Цели занятия

Иметь представление о потребительских трендах, востребованные на рынке туристских услуг
Знать туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История развития массовых празднеств и зрелищ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности анимационных мероприятий в Древней Греции	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Характерные признаки празднования Дионисий в Древней Греции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Пятилетние игры Древнего Рима	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
--	--	-----------

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией

Темы рефератов

1. Особенности культурно-досуговой деятельности. Понятия в теории культурно-досуговой деятельности
2. Задания для самостоятельной работы.
3. Предпосылки возникновения анимационного сервиса, его поле деятельности, основные функции
4. Организация досуга с древности до наших дней.
5. История досуга в России.
6. Формы досуга в разных странах мира для периода 1950-1970 гг.
7. Массовые праздники и зрелища в странах мира.
8. Досуговая сфера.
9. Содержание досуга.
10. Структура досуга.
11. Анимационный интерес.
12. Материальная база для обеспечения анимационной работы.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ/ Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

Иметь представление о потребительских трендах, востребованные на рынке туристских услуг

Знать туристский продукт, в т. ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анимация как вид культурно-досуговой деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Характеристика основных видов досуговой деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Предпосылки спроса на туристскую анимацию.	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
4	Классификация туристской анимации на основании типологических характеристик.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Функции туристской анимации.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического занятия.

Темы рефератов

13. Особенности культурно-досуговой деятельности. Понятия в теории культурно-досуговой деятельности
14. Задания для самостоятельной работы.
15. Предпосылки возникновения анимационного сервиса, его поле деятельности, основные функции
16. Организация досуга с древности до наших дней.
17. История досуга в России.
18. Формы досуга в разных странах мира для периода 1950-1970 гг.
19. Массовые праздники и зрелища в странах мира.
20. Досуговая сфера.
21. Содержание досуга.
22. Структура досуга.
23. Анимационный интерес.
24. Материальная база для обеспечения анимационной работы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

1. Вид транспорта развитие которого увеличило объем перевозок туристов в начале XX века...
железнодорожного транспорта
+ : автомобильного транспорта
авиатранспорта
- 2: Организация, берущая на себя ответственность за защиту окружающей среды, развитие туризма, пересечение туристами государственных границ, социальные и культурные аспекты туризма...
+ : ВТО
ООН
МАВТ
- 3: Путешествие — это...
+ : поездка или передвижение пешком по каким-нибудь местам, странам (обычно для ознакомления или отдыха) перемещение на новую территорию
внутриэтническая миграция, когда перемещения происходят внутри территории проживания
3. Слово туризм появилось в английском языке...
+ : в начале XIX века
в конце XVIII века
в XX веке

4. Первая зимняя поездка туристов в Ст. Мориц (Швейцария) состоялась в 1864 году, ее совершили...
 - французы
 - +: англичане
 - немцы
5. В 1838 году выходят в свет «Заметки туриста» Ф. Стендаля, который ввел в обиход слово...
 - альпинист
 - +: турист
 - путешественник
6. Основатель первой фирмы по массовому выпуску путеводителей для туристов...
 - Томас Кук
 - +: Карл Бедекер
 - Ф. Стендаль
7. Первый греческий турист, о котором известны достоверные данные...
 - Хеопса
 - Снорфу
 - +: Геродот
 - 9: Эту страну называют «страной трех путей»?
 - Греция
 - +: Китай
 - Англия
 - 10: Главные причины, побудившие к путешествиям на Древнем Востоке...
 - паломничество
 - +: торговля

войны

1. Дестинация - это:
 - а) туристский комплекс;
 - б) туристский регион;
 - в) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста.
2. Субъект туризма - это:
 - а) путешественник;
 - б) посетитель;
 - в) турист.
3. Объекты туристского интереса - это: (3 позиции)
 - а) достопримечательности;
 - б) природные объекты;
 - в) социокультурные объекты показа;
 - г) инфраструктура туризма;
 - д) индустрия туризма.
4. Столовая в санатории отличается от ресторана: (1 позиция)
 - а) ценами;
 - б) богатством интерьера;
 - в) обязательным предоставлением диетического питания.
5. Виды туристских маршрутов: (4 позиции)
 - а) линейные;
 - б) кольцевые;
 - в) радиальные;
 - г) комбинированные;
 - д) сложные;
 - е) простые;
 - ж) обычные.

6. Выделите три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность туристского бизнеса:
 - а) особенности вида туризма;
 - б) особенности труда и отдыха потребителей;
 - в) природно-климатические особенности региона;
 - г) предпочтения потребителей;
 - д) паспортно-визовый режим территории.
7. Сезоном в туризме называют: (1 позиция)
 - а) летние месяцы;
 - б) праздничные даты;
 - в) период года, когда количество прибытий превышает среднемесячный показатель за год.
8. Чем специализация турфирмы уже, тем коммерческий риск:
 - а) выше;
 - б) ниже.
9. Конкурентами туроператоров в деле организации путешествий в последние годы становятся:
 - а) банки;
 - б) авиакомпании;
 - в) круизные компании;
 - г) страховые компании.
10. «Устойчивый туризм» направлен на:
 - а) равновесие между интересами экономики и защитой окружающей среды;
 - б) дальнейшее развитие туристского обмена;
 - в) защиту общественных и культурных ценностей;
 - г) приоритетное развитие энергосберегающих технологий.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 2. Гостиничные анимационные услуги и программы. Тема 2.1.

Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.

3. Цели занятия

- Иметь представление о безопасности путешествия.
- Изучить вопрос страхования при поездках.
- Знать правила для путешественников.
- Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность и состав анимационной индустрии..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Анимационная индустрия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Характеристика инфраструктуры индустрии развлечений.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия
4	Специфика анимации в заведениях общественного питания	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Анимация - составная часть культурно-досуговой деятельности.
2. Определение анимации в туризме и гостеприимстве.
3. Анимация-профессия
4. Ценностно-смысловая обусловленность социально-культурной и туристской анимации.
5. Разработка профиограммы и психограммы специалиста социально-культурный и туристской анимации.
6. Составление должностной инструкции аниматора
7. Понятие валеологии.
8. Понятие здоровья и здорового образа жизни.
9. Современные оздоровительные программы.
10. Задания для самостоятельной работы.
11. Фитнес - и СПА-индустрия.
12. В еллиес -технологии.
13. Спортивно-оздоровительные анимационные программы.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Гостиничные анимационные услуги и программы. Тема 2.2 Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.

3.Цели занятия

- Иметь представление о безопасности путешествия.
- Изучить вопрос страхования при поездках.
- Знать правила для путешественников.
- Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Специфика драматургии анимационных программ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Сценарный замысел.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Тема, идея и жанр анимационной программы.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия
--	--	--------------------------------

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

14. Анимация - составная часть культурно-досуговой деятельности.
15. Определение анимации в туризме и гостеприимстве.
16. Анимация-профессия
17. Ценностно-смысловая обусловленность социально-культурной и туристской анимации.
18. Разработка профессиограммы и психограммы специалиста социально-культурный и туристской анимации.
19. Составление должностной инструкции аниматора
20. Понятие валеологии.
21. Понятие здоровья и здорового образа жизни.
22. Современные оздоровительные программы.
23. Задания для самостоятельной работы.
24. Фитнес - и СПА-индустрия.
25. В еллиес -технологии.
26. Спортивно-оздоровительные анимационные программы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

- 1) К признакам экскурсии относятся:
 - А) идейность
 - Б) доступность
 - В) показ экскурсионных объектов
 - Г) убедительность
- 2) Функции экскурсии:
 - А) научная
 - Б) коммерческая
 - В) организация досуга
 - Г) специализированная
- 3) В основу экскурсии положены принципы:
 - А) достоверность
 - Б) целенаправленность
 - В) протяженность
 - Г) убедительность
- 4) В основу классификации экскурсий положены признаки:
 - А) научность
 - Б) цикличность
 - В) идейность
 - Г) правдивость
- 5) По составу участников разделяют группы:
 - А) коммерческие
 - Б) загородные
 - В) взрослые
 - Г) рекламные

- 6) К тематическим экскурсиям относятся:
- А) обзорные
 - Б) музейные
 - В) архитектурно-градостроительные
 - Г) учебные
- 7) По месту проведения экскурсии бывают:
- А) тематические
 - Б) транспортные
 - В) лекционные
 - Г) производственные
- 8) По форме проведения выделяют экскурсии:
- А) Пешеходные
 - Б) комбинированные
 - В) учебные
 - Г) загородные
- 9) Тематика экскурсий это:
- А) папка с картами и схемами экскурсий
 - Б) Карточки экскурсионных объектов
 - В) Индивидуальный текст экскурсовода
 - Г) Группа тем, позволяющих организовать циклы экскурсий
- 10) «Гидизм» это:
- А) Самостоятельное наблюдение объектов
 - Б) Путевая информация
 - В) Бессистемный осмотр достопримечательностей
 - Г) Целенаправленный показ и рассказ
- Критерии оценки уровня и качества подготовки студентов.

1. Федеральный закон РФ № 132 - ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации был принят в... +: 1996 г.
 -: 1991 г.
 -: 2005 г.
 -: 2007 г.
2. Федеральный закон «Об организации страхового дела в РФ» вступил в действие в....
 +: 1997
 -: 2001
 -: 2007
3. Всемирный день туризма отмечается...
 +: 27 сентября
 -: 1 июня
 -: 6 июля
 -: 15 мая
4. На базе туристско-экскурсионного управления ЭТА система советов по туризму и Экскурсиям была создана в ...
 +: 1962
 -: 1956
 -: 1976
 -: 1959
5. ЮНЕСКО приняла Конвенцию о защите мирового культурного и природного наследия в...
 +: 1972г.
 -: 1888г.

1976г.
 1989г.

1. Гостиничные предприятия классифицируют чаще всего по следующим критериям:
 - а) функциональное назначение;
 - б) продолжительность работы;
 - в) обеспечение питанием;
 - г) уровень цен;
 - д) месторасположение
 - ж) все ответы верны;
2. По месту расположения гостиницы могут быть: (2 ответа)
 - а) расположенные в черте города;
 - б) расположенные за чертой города;
 - в) расположенные в горах;
 - г) односезонные
 - д) бюджетные
3. По продолжительности работы гостиницы подразделяют на: (не менее 3 вариантов)
 - а) работающие 7? дня;
 - б) работающие круглогодично;
 - в) работающие по ночам;
 - г) односезонные;
 - д) работающие два сезона;
 - ж) все ответы верны;
4. По уровню цен на номера гостиницы различают: (2 ответа)
 - а) эконом-класса;
 - б) средние;
 - в) фешенебельные;
 - г) бизнес-класса;
 - д) класса «люкс»
5. В какой стране используется система букв (А,В,С,Д) для классификации гостиниц:
 - а) Италия;
 - б) Франция;
 - г) Греция;
 - д) Испания

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Понятие технология создания анимационной программы. Тема 3.1.

Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мозговой штурм как метод творческого планирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2	Приемы активизации аудитории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Анализ территории на предмет рекреационного потенциала	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Адаптация тур продукта под местные условия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Понятие драматургия.
2. Специфические особенности драматургии культурно-досуговых программ.
3. Понятие сценарий, этапы работы над сценарием.
4. Культурно-досуговая программа.
5. Сценарный замысел культурно-досуговой программы.
6. Композиционное построение сценария культурно-досуговых программ.
7. Анализ структуры композиционного построения сценария программы.
8. Особенности художественного монтажа сценария культурно-досуговой программы.
9. Особенности режиссуры культурно-досуговых программ

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. РАЗДЕЛ 3. Понятие технология создания анимационной программы. Тема 3.2 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в структуре культурно-досуговой деятельности.

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.
Изучить вопрос страхования при поездках.
Знать правила для путешественников.
Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Творческие основы технологии анимационной культурно-досуговой деятельности в гостиничной деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

2	Характеристика режиссерской деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Профессиональные функции современного режиссера.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Специфика режиссуры анимационных программ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5	Виды анимационных постановок	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

10. Понятие драматургия.
11. Специфические особенности драматургии культурно-досуговых программ.
12. Понятие сценарий, этапы работы над сценарием.
13. Культурно-досуговая программа.
14. Сценарный замысел культурно-досуговой программы.
15. Композиционное построение сценария культурно-досуговых программ.
16. Анализ структуры композиционного построения сценария программы.
17. Особенности художественного монтажа сценария культурно-досуговой программы.
18. Особенности режиссуры культурно-досуговых программ

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

1. Полное и конкретное описание турпродукта приводится:
 - а) в договоре о туристском обслуживании;
 - 1) в путевке по форме «ТУР-1»;
 - в) в каталоге турфирмы.
2. Что из приводимого ниже относится к существенным условиям договора о туристском обслуживании:
 - а) информация о туроператоре и турагенте (продавце), включая данные о лицензии на осуществление туристской деятельности, его юридический адрес и банковские реквизиты;
 - б) максимальное количество туристов в группе;
 - в) розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты.
3. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание:
 - а) в Гражданском кодексе РФ;

- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей».
4. Какие категории (виды транспорта) приводятся в «Стандартной международной классификации транспортных средств»:
- авиационный, водный и железнодорожный транспорт;
 - воздушный, водный и сухопутный транспорт;
 - воздушный, морской и автомобильный транспорт.
5. При заключении между турфирмами договора поручения на продажу турпродукта у какой возникают права и обязанности по сделке в отношении туриста-покупателя турпродукта:
- у доверителя;
 - у поверенного;
 - у обоих.
6. При заключении между турфирмами договора комиссии на продажу турпродукта у какой возникают права и обязанности по сделке в отношении туриста-покупателя: а) у комитента;
- у комиссионера;
 - у обоих.
7. Как называется в Гражданском кодексе РФ договор франшизы:
- агентский договор;
 - договор коммерческой концессии;
 - договор поручения.
8. В каком нормативном документе по стандартизации указаны группы продукции и услуг, предоставляемых в индустрии туризма РФ:
- в «Общероссийском классификаторе услуг населению» (ОКУН);
 - в государственном стандарте «Туристские услуги. Общие требования»;
 - в «Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг»
1. Совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых доменным именем или IP-адресом
- + сайт
 - аккаунт
 - нетворкинг
 - СУБД
2. Технология WorldWideWeb была выложена в Интернет
- + 6 августа 1991 года
 - 7 апреля 1994 года
 - 23 сентября 1997 года
 - 20 мая 2001 года
3. Разработчик Технология WorldWideWeb
- + Тим Бернерс-Ли
 - Бил Гейтс
 - Стивен Джобс
 - Альберт Эйнштейн
4. Бриф на разработку сайта содержит
- + краткое описание основных позиций сайта
 - + описание целевой аудитории сайта
 - + описание целей сайта
 - аналитику фирмы для создания контента сайта
 - фотографии, необходимые для иллюстрирования сайта
 - программу продвижения сайта

5. Продвижение сайта должно проходить
 - 1) + по позициям фирмы;
 - 2) + по позициям сайта;
 - 3) + по трафику;
 - 4) по сервисам бронирования туристских услуг
 - 5) по геоинформационным системам
6. Типы сайтов
 - 1) + Ресурсный
 - 2) + Интернет-представительства
 - 3) Трафик-система
 - 4) Облачное хранилище
7. Оплата рекламы в интернете происходит
 - 1) + по кликам
 - 2) + по показам
 - 3) по месту на сайте (центральная, боковая полоса и т.п.)
 - 4) по сложности объекта демонстрации
8. Характеристика информационного общества
 - 1) + информационные продукты имеют самостоятельную коммерческую значимость
 - 2) + глобальное информационное пространство влияет на повседневную жизнь
 - 3) снижается зависимость от традиционных ресурсов
 - 4) снижается необходимость получения формального образования
9. Проблемы информационного общества
 - 2) + Боязнь биометрии
 - 3) + Кибер-зависимость
 - 4) + Воровство интеллектуальной собственности
 - 5) Аутофобия
 - 6) эйспотрофобия
10. Неконтактное информационное воздействие, создающее с помощью мультимедийной среды иллюзию присутствия в реальном времени в стереоскопически представленном «экранном мире»
 - 1) + виртуальная реальность
 - 2) иллюзия
 - 3) коммуникация
 - 4) социальные медиа

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Эвент-менеджмент. Тема 4.1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.

Знать правила для путешественников.

Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
-------	---------------------	----------------------------

1	Понятие и сущность event-менеджмента.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Event-менеджмент и event-маркетинг Практическое применение менеджмента в области проектирования, проведения и организации мероприятий и событий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Этапы развития event-менеджмента в сфере гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Правовое обеспечение организации и проведения событий в сфере гостеприимства	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

1. Что такое «Event-менеджмент»?
2. Развитие event-менеджмента в сфере гостеприимства.
3. Крупномасштабные события и сфера гостеприимства.
4. Проектирование и планирование: понятие, сущность, особенности.
5. Основные способы планирования мероприятий в различных сферах.
6. Концепция Event-проекта, как способ восприятия события.
7. PR, СМИ в продвижении событий мероприятий в сфере гостеприимства.
8. Традиционные и инновационные способы продвижения мероприятий в сфере гостеприимства.
9. Продвижение мероприятий на сайте предприятия сферы гостеприимства.
10. Календарь событий в сфере гостеприимства.
11. Фестивали и индустрия гостеприимства.
12. Спортивные мероприятия и сфера гостеприимства.
13. Авторское право при проведении массовых event-мероприятий и организации музыкального сопровождения.
14. Договоры в сфере Event.
15. Основные документы при подготовке и организации мероприятия в сфере гостеприимства.
16. Бюджет мероприятия: сущность, способы формирования.
17. Инвестирование в сфере Event.
18. Экономическая эффективность мероприятий: факторы и показатели.

1. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСУГОВЫХ ПРОГРАММ

2. Эвент-менеджмент. Тема 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства

3. Цели занятия

Иметь представление о безопасности путешествия.

Изучить вопрос страхования при поездках.
 Знать правила для путешественников.
 Понимать устройство международных страховых условий.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Соотношение понятий «событие» и «мероприятие»..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Классификация событий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Календарь событий в сфере гостеприимства.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Проектирование	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5 Содержание практического занятия и взаимодействие с аудиторией.

Темы рефератов

19. Что такое «Event-менеджмент»?
20. Развитие event-менеджмента в сфере гостеприимства.
21. Крупномасштабные события и сфера гостеприимства.
22. Проектирование и планирование: понятие, сущность, особенности.
23. Основные способы планирования мероприятий в различных сферах.
24. Концепция Event-проекта, как способ восприятия события.
25. PR, СМИ в продвижении событий мероприятий в сфере гостеприимства.
26. Традиционные и инновационные способы продвижения мероприятий в сфере гостеприимства.
27. Продвижение мероприятий на сайте предприятия сферы гостеприимства.
28. Календарь событий в сфере гостеприимства.
29. Фестивали и индустрия гостеприимства.
30. Спортивные мероприятия и сфера гостеприимства.
31. Авторское право при проведении массовых event-мероприятий и организации музыкального сопровождения.
32. Договоры в сфере Event.
33. Основные документы при подготовке и организации мероприятия в сфере гостеприимства.
34. Бюджет мероприятия: сущность, способы формирования.
35. Инвестирование в сфере Event.
36. Экономическая эффективность мероприятий: факторы и показатели.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Процесс создания прототипа, прообраза предполагаемого или возможного объекта, состояния — это:

- а) план
- б) проект
- в) программа

Проектный документ, который определяет последовательность и сроки выполнения отдельных работ:

- а) перспективный план
- б) тематический план
- в) календарный план

Изучение документации и условий проектирования события

- а) предпроектные исследования
- б) техническое проектирование
- в) рабочее проектирование

Постановка целей или задач, с оптимальным распределением ресурсов, которые потребуются для их достижения:

- а) планирование
- б) проектирование
- в) программирование

План, предусматривающий временной промежуток от 1 года до 5 лет:

- а) долгосрочный
- б) среднесрочный
- в) краткосрочный

Планирование для решения текущих вопросов:

- а) принцип детерминизма
- б) принципом соответствия
- в) принципом дополнительности

Основная идея мероприятия:

- а) программа
- б) план
- в) концепция

комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий, задача которых заключается в том, чтобы сделать из обычного мероприятия уникальное событие, которое запомнится целевой аудитории

- а) event-менеджмент
- б) event-маркетинг
- в) маркетинг

Действие, направленное на осуществление чего-нибудь, для осуществления какой-нибудь цели:

- а) событие
- б) мероприятие
- б) факт

К частным событиям относятся:

- а) гала-ужины
- б) торжества по случаю чествования юбиляра
- в) карнавалы

Официально организованное заседание (или серия заседаний), в котором принимают участие представители, принадлежащие к группе, объединенной общими интересами, и на котором обсуждаются различные вопросы, идеи и стратегии:

- а) конференция
- б) симпозиум
- в) конгресс

Организованное заседание для детального обсуждения специализированных тем:

- а) панельная дискуссия
- б) семинар
- в) открытая лекция

Выставка, которая охватывает широкий ассортимент промышленных и потребительских товаров и несколько секторов услуг:

- а) выставка для широкой публики
- б) специализированная выставка
- в) общепромышленная выставка

Результат испытания (или величина), который нельзя заранее спрогнозировать, т.е. нельзя сказать, произойдёт это событие или не произойдёт, или, если событие произойдёт, то неизвестно, какое значение примет результат этого события:

- а) случайное событие
- б) специальное событие

Различные мероприятия, проводимые организацией в целях привлечения внимания общественности к самой организации, её деятельности и продуктам:

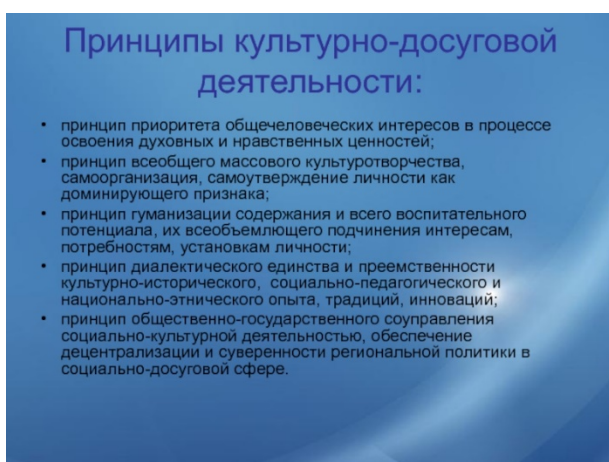
- а) событие
- б) специальное событие
- в) случайные события

Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Функции туристской анимации, технология, виды и специфика анимационных программ

Тема 1.1. Предпосылки становления и развития культурно-досуговой деятельности
Методология культурно-досуговой деятельности



<https://theslide.ru/img/thumbs/944b8a4a1ab7cee7124cbab13ad2305d-800x.jpg>

Тема 1.2. Инфраструктура культурно-досуговой деятельности



<https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza9/97497676377.files/image035.png>

РАЗДЕЛ 2. . Гостиничные анимационные услуги и программы

Тема 2.1. Сущность культурно-досуговой деятельности в гостинице.



https://studfile.net/html/2706/614/html_7AHIVh53sk.SEHi/img-okG3ga.png



<https://konspekta.net/infopediasu/baza16/70321629079.files/image004.jpg>

Тема 2.2 Особенности управления трудовыми ресурсами анимационной службы.



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=319002ce3e0b2e840cbc1baada5f98a6-5239793-images-thumbs&n=13>

РАЗДЕЛ 3. . Понятие технология создания анимационной программы

Тема 3.1. Региональное моделирование культурно-досуговой деятельности



<https://i.ppinimg.com/originals/9a/08/8d/9a088d98a1066bc89fe1742b76b564d4.jpg>

Тема 3.2 Драматургия анимационных программ. Режиссура культурно-досуговых программ. Игра в структуре культурно-досуговой деятельности.

Драматургия культурно-досуговой программы включает в себя следующие обязательные элементы:

- цель как ожидаемый эффект от организуемого общения участников*
- характеристику соответствующего методического принципа (или принципов)*
- логику использования форм, средств и способов организации деятельности участников*
- набор условий ее эффективной реализации*

<https://ppt-online.org/246268>

РАЗДЕЛ 4. Эвент-менеджмент

Тема 4.1. «Event-менеджмент»: понятие, сущность, развитие в сфере гостеприимства.

Event- МАРКЕТИНГ event-МЕНЕДЖМЕНТ

- Ивент-маркетинг - система интегрированных маркетинговых коммуникаций, представляющих собой комплекс мероприятий, направленных на продвижение бренда во внутренней (внешней) маркетинговой среде посредством организации специальных событий.
- Ивент- менеджмент — комплекс мер (планируемые, организуемые, контролируемые и управляемые меры), которые необходимы для проведения исключительного, единственного в своем роде события.

https://present5.com/customparser/1701156_132441884%20---%20polagutina_event__marketing.ppt/slide_16.jpg

Тема 4.2 События и мероприятия в сфере гостеприимства.




https://sun9-37.userapi.com/impf/c628020/v628020687/26a54/OBSCZG35yDY.jpg?size=1280x850&quality=96&sign=4cd74ea680c7708d4e49d620b683bdf4&c_uniq_tag=786dlear-c0EAlqG7Dk85RIGDxYK451FbjZt6qaDKHM&type=album

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 от 08.06.2017г	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № _____ от « _____ » _____ 20 _____ года	__ . __ . ____



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

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

/ К.К. Поздняков
«27» апреля 2023 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И
КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

43.03.02 «Туризм»

Направленность
«Экономика впечатлений»

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

Форма обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва, 2023 г.

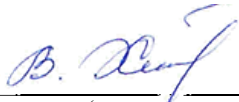
Методические материалы по дисциплине (модулю) «ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (далее – «ОПОП»).

Методические материалы по дисциплине (модулю) разработаны рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцента Хетагуровой В.Ш.

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 2 от « 27 » апреля 2023 года

Заведующий кафедрой
кандидат географических
наук, доцент




(подпись)

В.Ш. Хетагурова

Методические материалы по дисциплине (модулю) рекомендованы к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «Спутник»
директор



(подпись)

А.В. Горбачевская

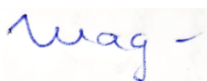
Методические материалы по дисциплине (модулю) рецензированы и рекомендованы к утверждению:

Кандидат исторических наук,
Ведущий советник Отдела по
взаимодействию с органами
государственной власти АНО
«Больше, чем путешествие», Москва



М.С. Федорова

Кандидат экономических наук,
доцент
Доцент кафедры ресторанно-
гостиничного бизнеса и гастрономии
(РГСУ)



И.Г. Шадская

СОДЕРЖАНИЕ

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ	4
1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)	4
1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю).....	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)	11
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ	21
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	29
3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю).....	29
3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	30
3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	31
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю)	33
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	33
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	98
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) Задания к разделу 1.....	98
Приложение № 4 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	107
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	107
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ	117

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

1.1. Методические материалы к проведению лекционных занятий по дисциплине (модулю)

Лекция - один из методов обучения, одна из основных системообразующих форм организации учебного процесса в вузе. Лекционное занятие представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение педагогическим работником учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Цель лекции – организация целенаправленной познавательной деятельности обучающихся по овладению программным материалом дисциплины (модуля). Чтение курса лекций позволяет дать связанное, последовательное изложение материала в соответствии с новейшими данными науки, сообщить слушателям основное содержание предмета в целостном, систематизированном виде. В ряде случаев лекция выполняет функцию основного источника информации: при отсутствии учебников и учебных пособий, чаще по новым курсам; в случае, когда новые научные данные по той или иной теме не нашли отражения в учебниках; отдельные разделы и темы очень сложны для самостоятельного изучения. В таких случаях только лектор может методически помочь обучающимся в освоении сложного материала.

Возможные формы проведения лекций:

- Вводная лекция – один из наиболее важных и трудных видов лекции при чтении систематических курсов. От успеха этой лекции во многом зависит успех усвоения всего курса. Она может содержать: определение дисциплины (модуля); краткую историческую справку о дисциплине (модуле); цели и задачи дисциплины (модуля), ее роль в общей системе обучения и связь со смежными дисциплинами (модулями); основные проблемы (понятия и определения) данной науки; основную и дополнительную учебную литературу; особенности самостоятельной работы обучающихся над дисциплиной (модулем) и формы участия в научно-исследовательской работе; отчетность по курсу.

- Информационная лекция ориентирована на изложение и объяснение обучающимся научной информации, подлежащей осмыслению и запоминанию. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы.

- Заключительная лекция предназначена для обобщения полученных знаний и раскрытия перспектив дальнейшего развития данной науки.

- Обзорная лекция – это систематизация научных знаний на высоком уровне, допускающая большое число ассоциативных связей в процессе осмысления информации, излагаемой при раскрытии внутрисубъектной и межпредметной связей, исключая детализацию и конкретизацию. Как правило, стержень излагаемых теоретических положений составляет научно-понятийная и концептуальная основа всего курса или крупных его разделов.

- Лекция-беседа - непосредственный контакт педагогического работника с аудиторией - диалог. По ходу лекции педагогический работник задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности обучающихся по рассматриваемой проблеме.

- Лекция-дискуссия - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Педагогический работник активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло.

- Лекция с применением обратной связи включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько обучающиеся ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При

неудовлетворительных результатах контрольного опроса педагогический работник возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала.

- Проблемная лекция опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения.

- Программированная лекция - консультация – педагогический работник сам составляет и предлагает обучающимся вопросы. На подготовленные вопросы педагогический работник сначала просит ответить обучающихся, а затем проводит анализ и обсуждение неправильных ответов. В лекциях можно использовать наглядные материалы, а также подготовить презентацию. Что касается презентации, то в качестве визуальной поддержки ее можно органично интегрировать во все вышеупомянутые лекции. В то же время лекцию-презентацию возможно выделить и в качестве самостоятельной формы. Лекция-презентация должна отражать суть основных и (или) проблемных вопросов лекции, на которые особо следует обратить внимание обучающихся. В условиях применения активного метода проведения занятий презентация представляется весьма удачным способом донесения информации до слушателей. Единственное, на что следует обратить внимание при подготовке слайдов, - это их оформление и текст. Слайд не должен быть перегружен картинками и лишней информацией, которая будет отвлекать от основного аспекта того или иного вопроса лекции. Во время лекции можно задавать вопросы аудитории в отношении того или иного слайда, тем самым еще больше вовлекая обучающихся в проблематику.

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА	
Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.	Понятие туристско-рекреационных ресурсов. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма. Туристские активы и пассивы. Туристская инфраструктура. Туристский потенциал. Структура туристского потенциала территорий. Аттракции. Инвентаризация и паспортизация туристских ресурсов, факторов и условий территорий. Кадастр туристских ресурсов. Географические информационные системы и карты в туризме
Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.	Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий. Оценка конкурентоспособности территорий. Интерпретация туристских активов и потенциала территорий. Методика формирования перечня искусственных мотиваций туристов для развития туризма в российских регионах.
РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма	
Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма	Учение о географических системах. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма. Концепции производственных циклов. Концепции ресурсных циклов. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Теория географического положения. Концепция ресурсного потенциала. Теория географического

	разделения труда. Теория о территориально-производственном комплексе. Концепция кластеров. Концепция опорного каркаса территории. Теория штандрота. Теория районирования. Теория зонирования. Концепция поляризованного ландшафта. Концепция природных рубежей контрастности. Теория «Центр-Периферия». Концепция цикличности рекреационной деятельности человека. Теория регионализма. Маршрутные концепции. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Туристское районирование
Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма	Туристский центр. Туристская дестинация. Туристский комплекс. Туристский кластер. Кластерная политика. Формирование туристских кластеров. Мастер-план туристско-рекреационного кластера. Управление территориальной организацией туристских потоков. Стратегии и тактики управления туристскими потоками.
Раздел 3. Системный подход к территориальной организации туризма	
Тема 3.1. Территориальная туристская система	Туристская система. Сущность территориальных туристских систем (ТРС), эволюция подходов к исследованию. Матрица связей подсистем ТРС. Географические элементы туристской системы. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.
Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма	Подходы к исследованию территориальных туристских систем: сопряженно-подсистемный, структурно-динамичный, функционально-территориальный, классификационно-таксономический территориальный, сетевой подходы. Концепции территориальной организации туризма. Развитие территориальных туристских систем. Базовые вопросы развития туристских систем. Фазы развития туристских центров.
Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр	
Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма	Сущность стратегического планирования в туризме. Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма. Федеральные целевые программы развития туризма. Подпрограммы государственных программ. Национальные проекты. Стратегия развития. Мастер-план как инструмент стратегического территориального планирования развития туризма. Мастер план туристской территории. План развития туристской территории.
Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма	Цели и задачи туристского информационного центра. Информационное обслуживание. Продвижение бренда туристской территории. Сбор и анализ статистики в сфере туризма

1.2. Методические материалы по подготовке к практическим занятиям по дисциплине (модулю)

Практические (семинарские) занятия - одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности обучающихся и приобретение умений и навыков. Данные учебные занятия углубляют, расширяют, детализируют полученные ранее знания. Практическое занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких практических работ.

Цель практических занятий и семинаров состоит в развитии познавательных способностей, самостоятельности мышления и творческой активности обучающихся; углублении, расширении, детализировании знаний, полученных на лекции в обобщенной форме, и содействии выработке навыков профессиональной деятельности. В отдельных случаях на практических занятиях и семинарах руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

Для достижения поставленных целей и решения требуемого перечня задач практические занятия и семинары проводятся традиционными технологиями или с использованием активных и интерактивных образовательных технологий.

Возможные формы проведения практических (семинарских) занятий:

- Деловая игра - это метод группового обучения совместной деятельности в процессе решения общих задач в условиях максимально возможного приближения к реальным проблемным ситуациям. Имитационные игры - на занятиях имитируется деятельность какой-либо организации, предприятия или его подразделения. Имитироваться могут события, конкретная деятельность людей (деловое совещание, обсуждение плана) и обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность (кабинет начальника цеха, зал заседаний). Исполнение ролей (ролевые игры) - в этих играх отрабатывается тактика поведения, действий, выполнение функций и обязанностей конкретного лица. Для проведения игр с исполнением роли разрабатывается модель-пьеса ситуации, между студентами распределяются роли с «обязательным содержанием», характеризующиеся различными интересами; в процессе их взаимодействия должно быть найдено компромиссное решение. «Деловой театр» (метод инсценировки) - в нем разыгрывается какая-либо ситуация, поведение человека в этой обстановке, обучающийся должен вжиться в образ определенного лица, понять его действия, оценить обстановку и найти правильную линию поведения. Основная задача метода инсценировки - научить ориентироваться в различных обстоятельствах, давать объективную оценку своему поведению, учитывать возможности других людей, влиять на их интересы, потребности и деятельность, не прибегая к формальным атрибутам власти, к приказу.

- Игровое проектирование - является практическим занятием или циклом занятий, суть которых состоит в разработке инженерного, конструкторского, технологического и других видов проектов в игровых условиях, максимально воссоздающих реальность. Этот метод отличается высокой степенью сочетания индивидуальной и совместной работы обучающихся.

- Познавательно-дидактические игры не относятся к деловым играм. Они предполагают лишь включение изучаемого материала в необычный игровой контекст и иногда содержат лишь элементы ролевых игр. Такие игры могут проводиться в виде копирования научных, культурных, социальных явлений (конкурс знатоков, «Поле чудес», КВН и т.д.) и в виде предметно-содержательных моделей, (например, игры-путешествия, когда надо разработать рациональный маршрут, пользуясь различными картами).

- Анализ конкретных ситуаций. Конкретная ситуация – это любое событие, которое содержит в себе противоречие или вступает в противоречие с окружающей средой. Ситуации могут нести в себе как позитивный, так и отрицательный опыт. Все ситуации делятся на простые, критические и экстремальные.

- Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Непосредственная цель метода case-study - обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы делятся на практические (отражающие реальные жизненные ситуации), обучающие (искусственно созданные, содержащие значительные элемент условности при отражении в нем жизни) и исследовательские (ориентированные на проведение исследовательской деятельности посредством применения метода моделирования). Метод конкретных ситуаций (метод case-study) относится к неигровым имитационным активным методам обучения.

- Тренинг (англ. training от train — обучать, воспитывать) – метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг – форма интерактивного обучения, целью которого является развитие компетентности межличностного и профессионального поведения в общении. Достоинство тренинга заключается в том, что он обеспечивает активное вовлечение всех участников в процесс обучения. Можно выделить основные типы тренингов по критерию направленности воздействия и изменений – навыковый, психотерапевтический, социально-психологический, бизнес-тренинг.

- Метод Сократа (Майевтика) – метод вопросов, предполагающих критическое отношение к догматическим утверждениям, называется еще как метод «сократовской иронии». Это умение извлекать скрытое в человеке знание с помощью искусных наводящих вопросов, подразумевающего короткий, простой и заранее предсказуемый ответ.

- Интерактивная лекция – выступление ведущего обучающего перед большой аудиторией с применением следующих активных форм обучения: дискуссия, беседа, демонстрация слайдов или учебных фильмов, мозговой штурм.

- Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами. Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми. К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность. Разновидностью свободной дискуссии является форум, где каждому желающему дается неограниченное время на выступление, при условии, что его выступление вызывает интерес аудитории. Каждый конкретный форум имеет свою тематику — достаточно широкую, чтобы в её пределах можно было вести многоплановое обсуждение.

- Дебаты – это чётко структурированный и специально организованный публичный обмен мыслями между двумя сторонами по актуальным темам. Это разновидность публичной дискуссии участников дебатов, направляющая на переубеждение в своей правоте третьей стороны, а не друг друга. Поэтому вербальные и невербальные средства, которые используются участниками дебатов, имеют целью получения определённого результата — сформировать у слушателей положительное впечатление от собственной позиции.

- Метод работы в малых группах. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и нахождения истины. Групповое обсуждение способствует лучшему усвоению изучаемого материала. Оптимальное количество участников - 5-7 человек. Перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого они должны подготовить аргументированный обдуманый ответ. Педагогический работник может устанавливать правила проведения группового обсуждения – задавать определенные рамки обсуждения, ввести алгоритм выработки общего мнения, назначить лидера и др.

- Круглый стол - общество, собрание в рамках более крупного мероприятия (съезда, симпозиума, конференции). Мероприятие, как правило, на которое приглашаются эксперты и специалисты из разных сфер деятельности для обсуждения актуальных вопросов. Данная

модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- Коллоквиум - (лат. colloquium — разговор, беседа) - одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний обучающихся. На коллоквиумах обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса (обычно не включаемые в тематику семинарских и других практических учебных занятий), рефераты, проекты и др. работы обучающихся. Это научные собрания, на которых заслушиваются и обсуждаются доклады. Коллоквиум – это и форма контроля, массового опроса, позволяющая преподавателю в сравнительно небольшой срок выяснить уровень знаний студентов по данной теме дисциплины. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

- Метод «мозговой штурм» (мозговой штурм, мозговая атака, англ. brainstorming) — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастических. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания.

- Метод проектов - это способ достижения дидактической цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом, оформленным тем или иным образом; это совокупность приёмов, действий обучающихся в их определённой последовательности для достижения поставленной задачи – решения проблемы, лично значимой для учащихся и оформленной в виде некоего конечного продукта. Основное предназначение метода проектов состоит в предоставлении учащимся возможности самостоятельного приобретения знаний в процессе решения практических задач или проблем, требующего интеграции знаний из различных предметных областей.

- Брифинг - (англ. briefing от англ. brief – короткий, недолгий) – краткая пресс-конференция, посвященная одному вопросу. Основное отличие: отсутствует презентационная часть. То есть практически сразу идут ответы на вопросы журналистов.

- Метод портфолио (итал. portfolio — 'портфель, англ. - папка для документов) - современная образовательная технология, в основе которой используется метод аутентичного оценивания результатов образовательной и профессиональной деятельности. Портфолио как подборка сертифицированных достижений, наиболее значимых работ и отзывов на них.

Вопросы для самоподготовки к практическим (семинарским) занятиям по разделам (темам) дисциплины (модуля)

РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какое Вы бы дали определение понятию «туристские ресурсы территории»?
2. Какие факторы и условия территориальной организации туризма Вы бы выделили?
3. Какую бы Вы выделили роль туристский ресурсов в развития экономики нашей страны?

Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие критерии входят в оценку туристских ресурсов?
2. Какой туристский потенциал у региона, из которого Вы родом?
3. Что влияет на конкурентоспособность туристской территории?

РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма

Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие составляющие рекреационной системы Вы сможете назвать?
2. Какие виды рекреационных систем Вы знаете?
3. Какие типы туристских маршрутов бывают?

Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие формы территориальной организации туризма существуют и как они отличаются друг от друга?
2. Как выбрать наиболее подходящую форму территориальной организации туризма для конкретного региона?
3. Какие преимущества и недостатки имеют различные формы территориальной организации туризма для туристической индустрии и местных жителей?

Раздел 3. Системный подход к территориальной организации туризма.

Тема 3.1. Территориальная туристская система

Вопросы для самоподготовки:

1. Что включает в себя территориальная туристская система и какие элементы она объединяет?
2. Какие преимущества имеет развитие территориальной туристской системы для региона и туристической индустрии в целом?
3. Какие факторы влияют на эффективность функционирования территориальной туристской системы и как их можно оптимизировать?

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные концепции территориальной организации туризма существуют?
2. Как выбрать наиболее подходящую концепцию территориальной организации туризма для конкретной территории?
3. Какие преимущества и недостатки имеют различные концепции территориальной организации туризма?

Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие основные этапы включает в себя стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма?
2. Какие факторы необходимо учитывать при разработке стратегии развития туризма на территории?
3. Какие инструменты и методы используются для оценки эффективности стратегии развития туризма на территории?

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие функции выполняет туристический информационный центр в организации туризма на территории?
2. Какие преимущества имеет наличие туристического информационного центра для туристов и местных жителей?
3. Какие меры могут быть приняты для повышения эффективности работы туристического информационного центра на территории?

1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)¹

РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

¹ Раздел может быть оформлен в виде приложения к методическим материалам по дисциплине (модулю).

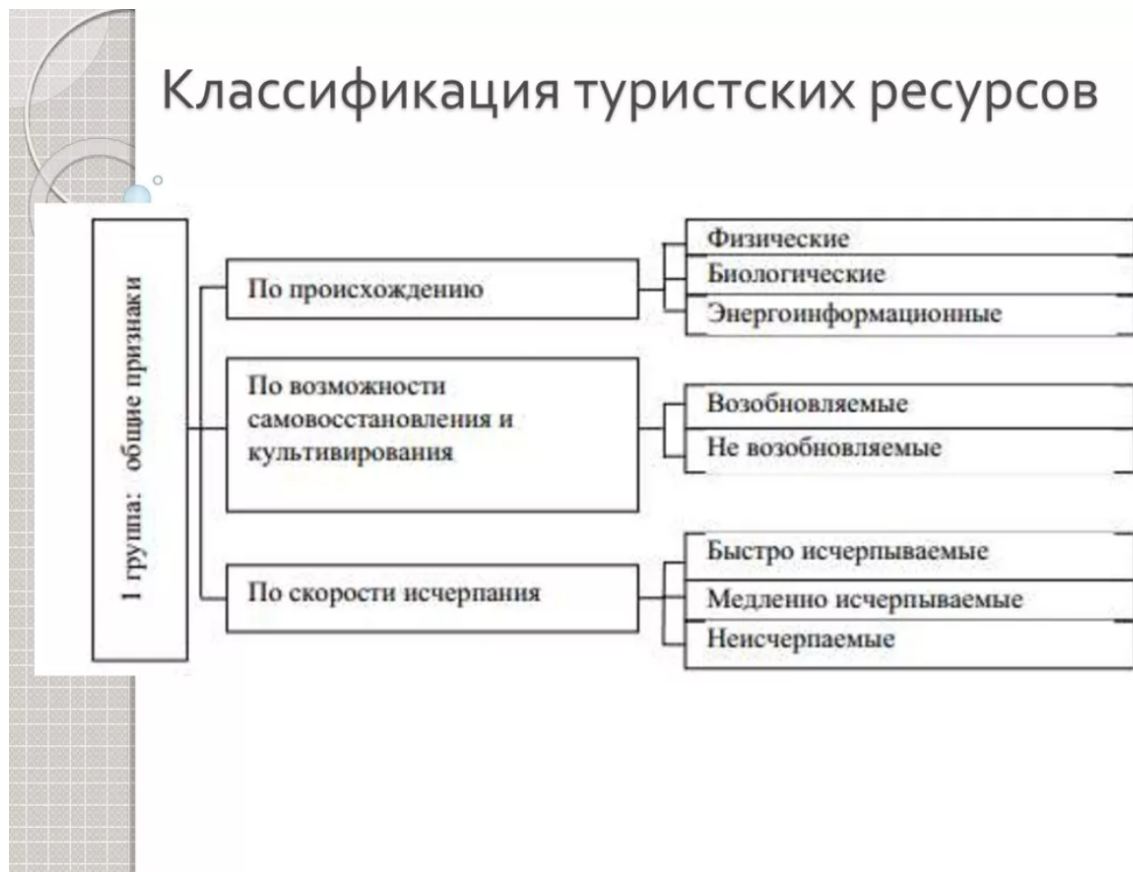
Условия и факторы рекреационного районообразования



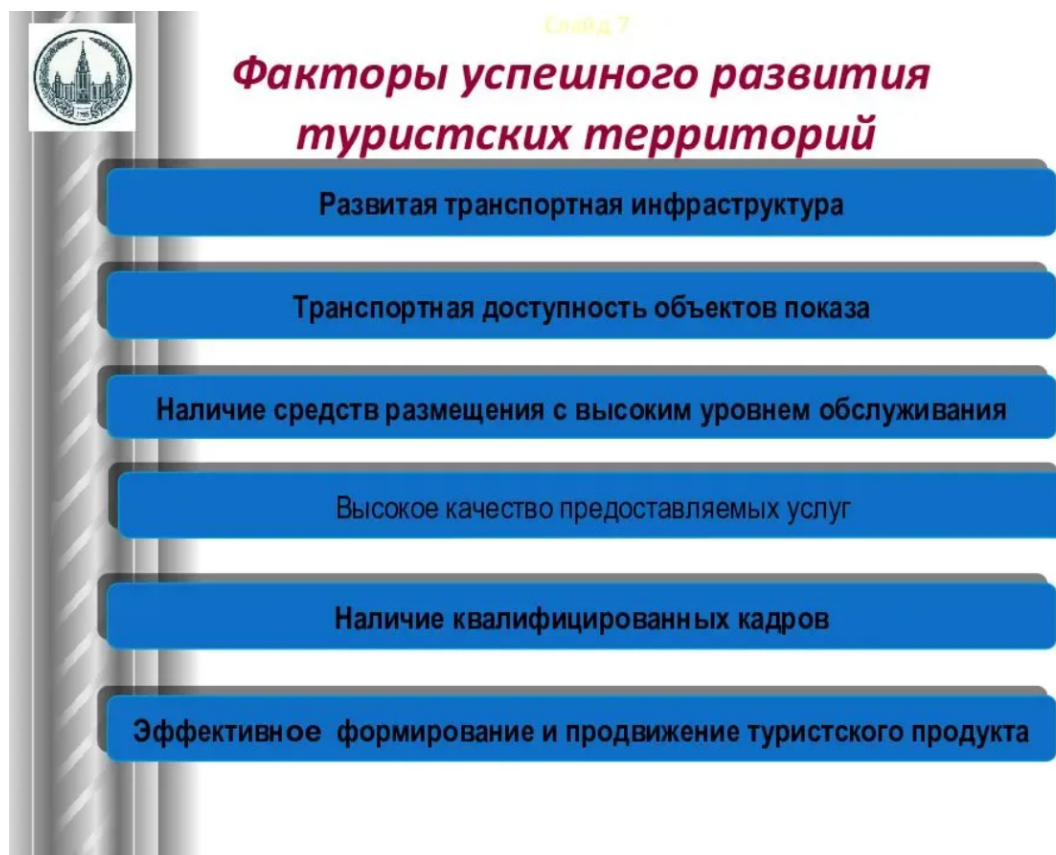
Источник: <https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1flvDU30r8y/slide-7.jpg>

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1flvDU30r8y/slide-7.jpg>

Классификация туристских ресурсов



Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.



Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/25ebb965e82671bd817620c4d97c9f64/c7c609c7-726d-4632-b366-4f7f55418f2f.jpeg

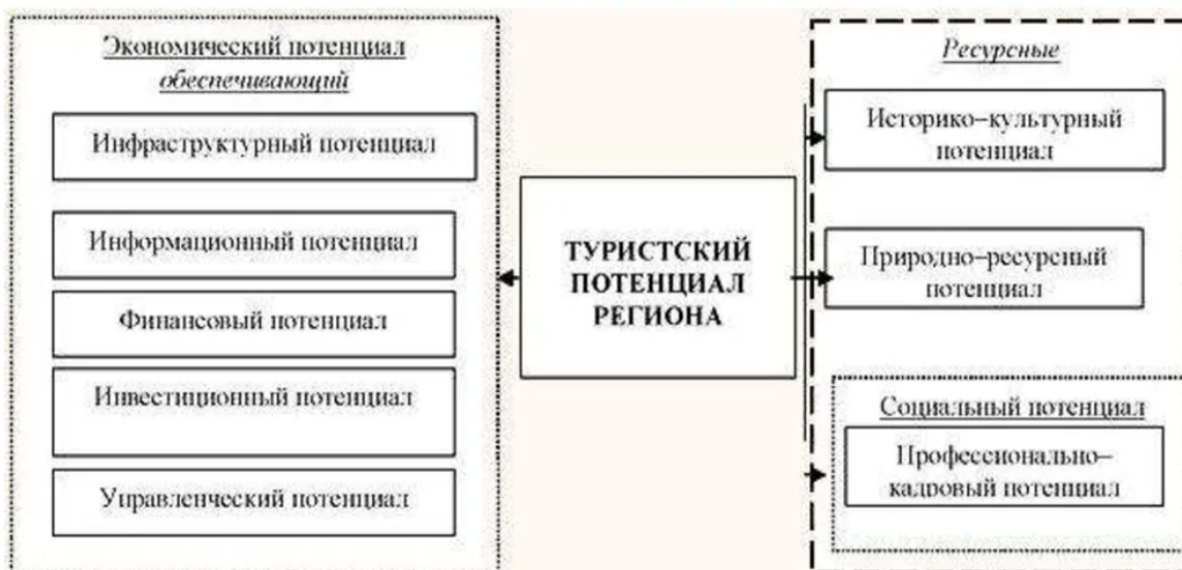
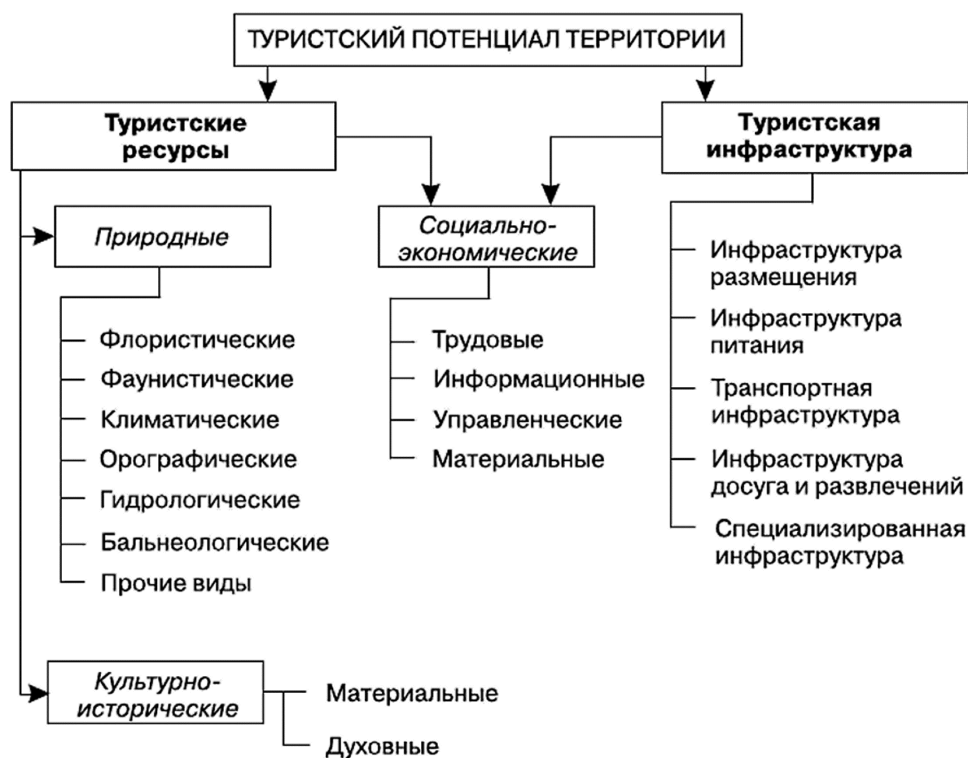


Рисунок 1 - Элементный состав туристского потенциала региона

РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма

Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма





Источник: <https://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>

Тема 2.2. . Формы территориальной организации туризма



Источник: <https://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>



https://vuzlit.com/imag_/34/95308/image003.jpg

РАЗДЕЛ 3. Системный подход к территориальной организации туризма.

Тема 3.1. Территориальная туристская система

**Туристско-рекреационная система
состоит из взаимосвязанной системы туристско-рекреационных каркасов**

Площадные - геолого-геоморфологический, ландшафтный, экологический, селитебный, культурно-исторический

Линейно-узловые - транспортный, энергетический, информационный, водоснабжения и канализации (коммунальный) и др.

Этно-социальные - формируется из местных жителей и рекреантов и является «живой соединительной тканью» туристско-рекреационной зоны

Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/5/462839/2378912e02974fe358af0af3fa01d3ed-800x.jpg>

2. Туристско-рекреационная система (комплекс)

Матрица связей подсистем территориальной рекреационной системы

Подсистемы	Состояние подсистем				
	Группы отдыхающих	Природные и культурные комплексы	Технические сооружения	Обслуживающий персонал	Орган управления
Группы отдыхающих	–	Емкость. Устойчивость. Комфортность. Аттрактивность	Разнообразие. Емкость. Комфортность	Профессионализм	Информированность
Природные и культурные комплексы	Ритмичность. Избирательность	–	Экологичность	Регуляция. Рекультивация	Нормативное обеспечение
Технические сооружения	Гомогенность	Ресурсообеспеченность. Надежность	–	Трудообеспеченность. Занятость	Фондообеспеченность
Обслуживающий персонал	Технологичность	Комфортность	Фондовооруженность	–	Профилактичность
Орган управления	Равномерность	Гигиеничность	Загруженность. Технологическая готовность	Квалификация	–

Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/4/333388/67f4a8b59d3414ca2199a298d77bf0ed-800x.jpg>

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма



Источник: <http://texts.lib.tversu.ru/texts/EOR/ucheb/12743d/1.jpg>

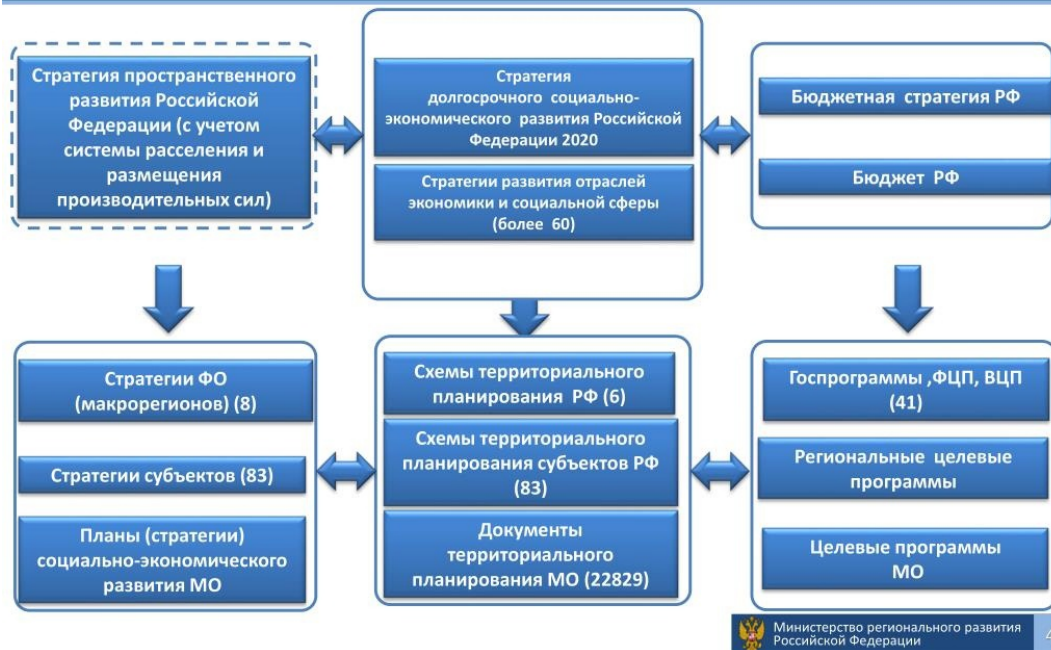
По размещению кластера	<ul style="list-style-type: none"> • национальный туристский кластер, в т.ч. региональный и межрегиональный туристский кластер; • приграничный туристский кластер.
По требляющему иду деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • туристско-рекреационный кластер; • курортно-туристский кластер.
По цели путешествий	<ul style="list-style-type: none"> • культурно-познавательный туристский кластер; • эко-, агротуристический кластер; • этнографический туристский кластер; • развлекательный туристский кластер; • спортивно-туристский кластер и т.д.
По используемому транспорту	<ul style="list-style-type: none"> • автотуристский кластер.
По концентрации дестинаций	<ul style="list-style-type: none"> • элементарный туристский кластер; • сложный туристский кластер.
По требляющему природному туристскому ресурсу	<ul style="list-style-type: none"> • водные кластеры: морской, речной, озерный кластер; • лесной кластер; • горный кластер; • смешанный кластер.
По особенностям географического каркаса кластера	<ul style="list-style-type: none"> • ленточный туристский кластер; • звездочный туристский кластер; • рассредоточенный туристский кластер.

Источник: https://e.120-bal.ru/pars_docs/refs/26/25105/25105_html_5f84fbda.png

РАЗДЕЛ 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма

Структура планирования развития территорий

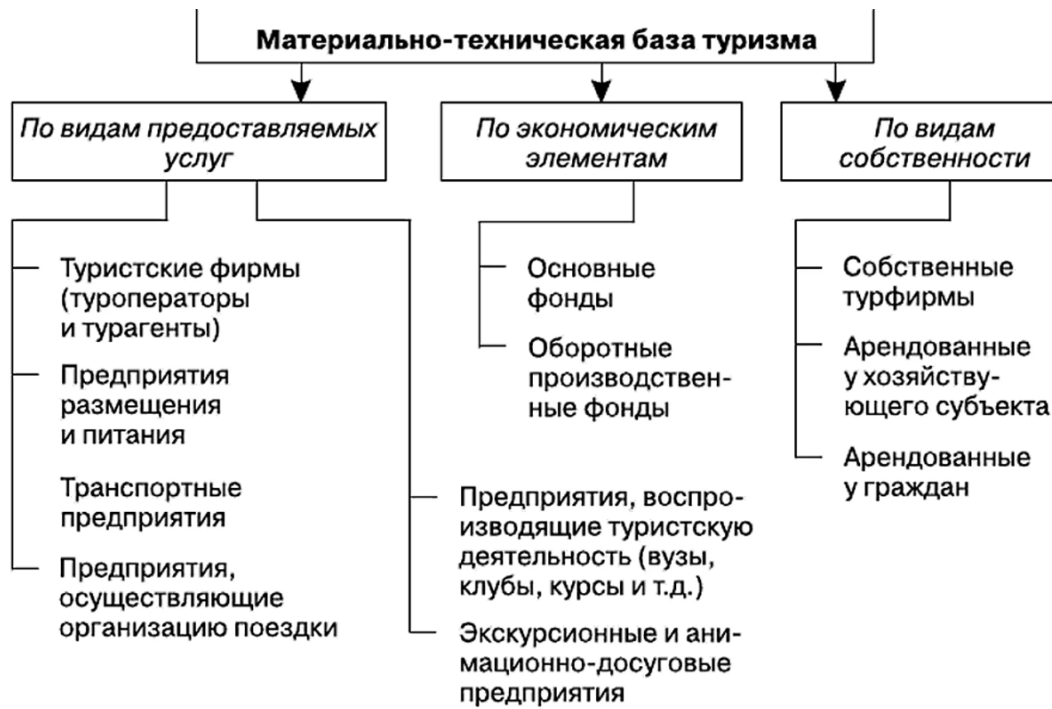


Источник: https://sun9-3.userapi.com/impf/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c_uniq_tag=4uz1DW6lfwO5ZD7_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album



Источник: <https://studref.com/htm/img/34/9672/4.png>

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма



<https://bstudy.net/htm/img/19/13379/24.png>



<https://64parallel.ru/wp-content/uploads/2015/09/bwcACnxWULs.jpg>

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Наименование дисциплины (модуля)*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров, практических и лабораторных занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа.

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач.
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной рабочей программой дисциплины (модуля) тематики.

Самостоятельная работа.

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного

участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Самостоятельная работа студентов в ВУЗе является важным видом учебной и научной деятельности студента. Самостоятельная работа студентов играет значительную роль в рейтинговой технологии обучения.

К современному специалисту в области медицины общество предъявляет достаточно широкий перечень требований, среди которых немаловажное значение имеет наличие у выпускников определенных навыков (компетенций) и умения самостоятельно добывать знания из различных источников, систематизировать полученную информацию, давать оценку конкретной профессиональной ситуации. Формирование такого умения происходит в течение всего периода обучения.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает необходимые для будущей специальности компетенции, навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, его компетентность. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Виды самостоятельной работы.

Работа с литературой.

При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой - это всегда большая экономия времени и сил. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу. Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода). При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа. Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем. Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались. Опыт показывает, что многим студентам помогает составление листа опорных сигналов, содержащего важнейшие и наиболее часто употребляемые формулы и понятия. Такой лист помогает запомнить формулы, основные положения лекции, а также может служить постоянным справочником для студента. Различают два вида чтения: первичное и вторичное. Первичное - это внимательное, неторопливое чтение, при котором можно остановиться на трудных местах.

Задача вторичного чтения - полное усвоение смысла целого (по счету это чтение может быть и не вторым, а третьим или четвертым). Самостоятельная работа с учебниками и книгами (а также самостоятельное теоретическое исследование проблем, обозначенных преподавателем на лекциях) – это важнейшее условие формирования у себя научного способа познания.

Чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Методические рекомендации по составлению конспекта:

1. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта;
2. Выделите главное, составьте план;
3. Кратко сформулируйте основные положения текста, отметьте аргументацию автора;
4. Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.
5. Грамотно записывайте цитаты. Цитируя, учитывайте лаконичность, значимость мысли. В тексте конспекта желательно приводить не только тезисные положения, но и их доказательства. При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного. Число дополнительных элементов конспекта должно быть логически обоснованным, записи должны распределяться в определенной последовательности, отвечающей логической структуре произведения. Для уточнения и дополнения необходимо оставлять поля. Овладение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса. Если студент видит несколько путей решения проблемы (задачи), то нужно сравнить их и выбрать самый рациональный. Полезно до начала вычислений составить краткий план решения проблемы (задачи). Решение проблемных задач или примеров следует излагать подробно, вычисления располагать в строгом порядке, отделяя вспомогательные вычисления от основных. Решения при необходимости нужно сопровождать комментариями, схемами, чертежами и рисунками. Следует помнить, что решение каждой учебной задачи должно доводиться до окончательного логического ответа, которого требует условие, и по возможности с выводом. Полученный ответ следует проверить способами, вытекающими из существа данной задачи. Полезно также (если возможно) решать несколькими способами и сравнить полученные результаты. Решение задач данного типа нужно продолжать до приобретения твердых навыков в их решении.

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. referre – сообщать) – краткое изложение в письменном виде или в форме публикации доклада, содержания научного труда (трудов), литературы по теме. Работа над рефератом условно разделяется на выбор темы, подбор литературы, подготовку и защиту плана; написание теоретической части и всего текста с указанием библиографических данных используемых источников, подготовку доклада, выступление с ним. Тематика рефератов полностью связана с основными вопросами изучаемого курса.

Список литературы к темам не дается, и обучающиеся самостоятельно ведут библиографический поиск, причем им не рекомендуется ограничиваться университетской библиотекой.

Важно учитывать, что написание реферата требует от обучающихся определенных усилий. Особое внимание следует уделить подбору литературы, методике ее изучения с целью отбора и обработки собранного материала, обоснованию актуальности темы и теоретического уровня обоснованности используемых в качестве примеров фактов какой-либо деятельности.

Выбрав тему реферата, начав работу над литературой, необходимо составить план. Изучая литературу, продолжается обдумывание темы, осмысливание прочитанного, делаются выписки, сопоставляются точки зрения разных авторов и т.д. Реферативная работа сводится к тому, чтобы в ней выделились две взаимосвязанные стороны: во-первых, ее следует

рассматривать как учебное задание, которое должен выполнить обучаемый, а во-вторых, как форму научной работы, творческого воображения при выполнении учебного задания.

Наличие плана реферата позволяет контролировать ход работы, избежать формального переписывания текстов из первоисточников.

Оформление реферата включает титульный лист, оглавление и краткий список использованной литературы. Список использованной литературы размещается на последней странице рукописи или печатной форме реферата. Реферат выполняется в письменной или печатной форме на белых листах формата А4 (210 x 297 мм). Шрифт Times New Roman, кегель 14, через 1,5 интервала при соблюдении следующих размеров текста: верхнее поле – 25 мм, нижнее – 20 мм, левое – 30 мм, правое – 15 мм. Нумерация страниц производится сверху листа, по центру. Титульный лист нумерации не подлежит.

Рефераты должны быть написаны простым, ясным языком, без претензий на наукообразность. Следует избегать сложных грамматических оборотов, непривычных терминов и символов. Если же такие термины и символы все-таки приводятся, то необходимо разъяснять их значение при первом упоминании в тексте реферата.

Объем реферата предполагает тщательный отбор информации, необходимой для краткого изложения вопроса. Важнейший этап – редактирование готового текста реферата и подготовка к обсуждению. Обсуждение требует хорошей ориентации в материале темы, умения выделить главное, поставить дискуссионный вопрос, привлечь внимание слушателей к интересной литературе, логично и убедительно изложить свои мысли.

Рефераты обязательно подлежат защите. Процедура защиты начинается с определения оппонентов защищающего свою работу. Они стремятся дать основательный анализ работы обучающимся, обращают внимание на положительные моменты и недостатки реферата, дают общую оценку содержанию, форме преподнесения материала, характеру использованной литературы. Иногда они дополняют тот или иной раздел реферата. Последнее особенно ценно, ибо говорит о глубоком знании обучающимся-оппонентом изучаемой проблемы.

Обсуждение не ограничивается выслушиванием оппонентов. Другие обучающиеся имеют право уточнить или опровергнуть какое-либо утверждение. Преподаватель предлагает любому обучающемуся задать вопрос по существу доклада или попытаться подвести итог обсуждению.

Алгоритм работы над рефератом

1. Выбор темы

Тема должна быть сформулирована грамотно (с литературной точки зрения);

В названии реферата следует поставить четкие рамки рассмотрения темы;

Желательно избегать слишком длинных названий;

Следует по возможности воздерживаться от использования в названии спорных с научной точки зрения терминов, излишней наукообразности, а также чрезмерного упрощения формулировок.

2. Реферат следует составлять из пяти основных частей: введения; основной части; заключения; списка литературы; приложений.

3. Основные требования к введению:

Во введении не следует концентрироваться на содержании; введение должно включать краткое обоснование актуальности темы реферата, где требуется показать, почему данный вопрос может представлять научный интерес и есть ли связь представляемого материала с современностью. Таким образом, тема реферата должна быть актуальна либо с научной точки зрения, либо с современных позиций.

Очень важно выделить цель, а также задачи, которые требуется решить для выполнения цели.

Введение должно содержать краткий обзор изученной литературы, в котором указывается взятый из того или иного источника материал, кратко анализируются изученные источники, показываются их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

Также основная часть должна включать в себя собственно мнение обучающихся и сформулированные самостоятельные выводы, опирающиеся на приведенные факты;

Материал, представленный в основной части, должен быть логически изложен и распределен по параграфам, имеющим свои названия;

В изложении основной части необходимо использовать сноски (в первую очередь, когда приводятся цифры и чьи-то цитаты);

Основная часть должна содержать иллюстративный материал (графики, таблицы и т. д.);

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

В заключении формулируются выводы по параграфам, обращается внимание на выдвинутые во введении задачи и цели;

Заключение должно быть четким, кратким, вытекающим из содержания основной части.

6. Требования к оформлению списка литературы (по ГОСТу):

Необходимо соблюдать правильность последовательности записи источников: сначала следует писать фамилию, а после инициалы; название работы не ставится в кавычки; после названия сокращенно пишется место издания; затем идет год издания; наконец, называется процитированная страница.

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончании выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

2. Эссе выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. При этом обязательный заголовок таблицы надо размещать над табличным полем, а рисунки

сопровождать подрисуночными подписями. При включении в эссе нескольких таблиц и/или рисунков их нумерация обязательна. Обязательна и нумерация страниц. Их целесообразно проставлять внизу страницы – по середине или в правом углу. Номер страницы не ставится на титульном листе, но в общее число страниц он включается. Объем эссе, без учета приложений, не должен превышать 5 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что обучающийся не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

3. Работа должна содержать собственные умозаключения по сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ по сути этой проблемы, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Критерии оценки эссе:

«Отлично» – исключительные знания материала, абсолютное понимание сути, безукоризненное знание основных понятий и положений, логически и лексически грамотно изложенный, содержательный, аргументированный, конкретный и исчерпывающий ответ.

«Хорошо» – глубокие знания материала, правильное понимание сути, знание основных понятий и положений, содержательный, полный и конкретный ответ.

«Удовлетворительно» – твердые, но недостаточно полные знания, верное понимание сути, в целом правильный ответ.

«Неудовлетворительно» – непонимание сущности задания, грубые ошибки в ответе.

Методические материалы по выполнению тестирования.

Тестовые задания содержат вопросы и 3-4 варианта ответа по базовым положениям изучаемой темы/раздела, составлены с расчетом на знания, полученные обучающимся в процессе изучения темы/раздела.

Тестовые задания выполняются в письменной форме и сдаются преподавателю, ведущему дисциплину (модуль). На выполнение тестовых заданий обучающимся отводится 45 минут.

При обработке результатов оценочной процедуры используются: критерии оценки по содержанию и качеству полученных ответов, ключи, оценочные листы.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

1. титульный лист, содержание доклада;
2. краткое изложение;
3. цели и задачи;
4. изложение характера исследований и рассмотренных проблем, гипотезы, спорные вопросы;
5. источники информации, методы сбора и анализа данных, степень их полноты и достоверности;
6. анализ и толкование полученных в работе результатов;
7. выводы и оценки;
8. библиография и приложения.

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

- титульный лист должен включать название доклада, наименование предметной (цикловой) комиссии, фамилию обучающегося;

- все использованные литературные источники сопровождаются библиографическим описанием;
- приводимая цитата из источника берется в кавычки (оформляются сноски);
- единицы измерения должны применяться в соответствии с действующими стандартами;
- все названия литературных источников следует приводить в соответствии с новейшими изданиями;
- рекомендуется включение таблиц, графиков, схем, если они отражают основное содержание или улучшают ее наглядность;
- названия фирм, учреждений, организаций и предприятий должны именоваться так, как они указываются в источнике;

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Презентация

Методические материалы к презентациям

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. На титульном слайде должно быть отражено:
 - наименование факультета;
 - тема презентации;
 - фамилия, имя, отчество, направление подготовки/ специальность, направленность (профиль)/ специализация, форма обучения, номер группы автора презентации;
 - фамилия, имя, отчество, степень, звание, должность руководитель работы;
 - год выполнения работы.
3. В презентации должны быть отражены обоснование актуальности представляемого материала, цели и задачи работы.
4. Содержание презентации должно включать наиболее значимый материал доклада, а также, при необходимости, таблицы, диаграммы, рисунки, фотографии, карты, видео – вставки, звуковое сопровождение.
5. Заключительный слайд должен содержать информацию об источниках информации для презентации.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.
2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Методические материалы по подготовке к опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к опросу на практических занятиях. Для этого обучающийся изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к практическим занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей программе и доводятся до студентов заранее.

Для подготовки к опросу обучающемуся необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в учебнике или другой рекомендованной литературе, конспекте лекции, обратить внимание на усвоение основных понятий

дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения.

Критерии оценки опроса

«Отлично»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений;
- знание по предмету демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделять существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- ответ недостаточно логичен с единичными ошибками в частностях, исправленные студентом с помощью преподавателя;
- единичные ошибки в терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы правильные, недостаточно полные и четкие.

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение обобщенных знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;
- логика и последовательность изложения имеют нарушения, студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи;
- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

- ответ представляет собой разрозненные знания с существенными ошибками по вопросу;
- присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения, студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими объектами дисциплины, речь неграмотная;
- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения практического задания;
3. Повторить теоретические задания, необходимые для рациональной работы и других практических действий, используя конспекты лекций и рекомендованную литературу, представленной в программе;
4. Выполнить работу по предложенному алгоритму действий;
5. Обобщить результаты работы, сформулировать выводы / дать ответы на контрольные вопросы;

Работа должна быть выполнена грамотно, с соблюдением культуры изложения. При использовании данных из учебных, методических пособий и другой литературы, периодических изданий, Интернет-источников должны иметься ссылки на вышеперечисленные.

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

«Удовлетворительно» – правильный ответ, допускаются грубые ошибки в обосновании принятого решения; рассуждения не последовательные сумбурные; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания; используются формулы, процедуры, понятия, имеющие прямое значение для подтверждения принятого решения, однако, при обращении к ним допускаются серьезные ошибки, студент не может правильно ими воспользоваться.

«Неудовлетворительно, не зачтено» – ответ неверный, отсутствует обоснование принятому решению; студент демонстрирует полное непонимание сути вопроса.

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

Оценка «отлично» выставляется, если задача решена грамотно, ответы на вопросы сформулированы четко. Эталонный ответ полностью соответствует решению студента, которое хорошо обосновано теоретически.

Оценка «хорошо» выставляется, если задача решена, ответы на вопросы сформулированы не достаточно четко. Решение студента в целом соответствует эталонному ответу, но не достаточно хорошо обосновано теоретически.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если задача решена не полностью, ответы не содержат всех необходимых обоснований решения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если задача не решена или имеет грубые теоретические ошибки в ответе на поставленные вопросы.

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

Изучение учебных дисциплин (модулей) завершается зачетом/зачетом с оценкой или экзаменом. Подготовка к промежуточной аттестации способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к экзамену, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. На зачете или экзамене студент демонстрирует то, что он освоил в процессе обучения по дисциплине (модулю).

Вначале следует просмотреть весь материал по дисциплине (модулю), отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов. Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время промежуточной аттестации для систематизации знаний.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины (модуля) реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине (модулю) складывается из результатов:

– текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);

– промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины (модуля) в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины (модуля) формируется текущий рейтинг обучающегося. Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по учебной дисциплине.

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

– академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);

– выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях (дискуссии, WiKi-проекты и др.), защита проектов и др.);

– прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
<i>из них: текущие практические задания</i>	20
<i>итоговое практическое задание</i>	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине (модулю) обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добора рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

3.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ специалитета в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий

1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

Если результат контроля успеваемости в рамках проведения контрольных мероприятий промежуточной аттестации (рубежный рейтинг обучающегося) неудовлетворительный (получено менее 13 рейтинговых баллов), то промежуточная аттестация по учебной дисциплине (модулю) невозможна даже при наличии высокого текущего рейтинга, полученного по итогам текущего контроля по учебной дисциплине (модулю).

**Приложение № 1 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
лекционных занятий по дисциплине (модулю)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

- Сформулировать, что такое территориальная организация туризма и какие элементы в нее входят.

- Ознакомиться с классификацией ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

-Сформулировать, какие ресурсы, факторы и условия влияют на развитие туризма в регионе.

- Определить роль территориальной организации туризма в развитии туристической индустрии.

- Рассмотреть примеры успешной территориальной организации туризма и выявить факторы, которые способствовали ее развитию.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие туристско-рекреационных ресурсов. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Туристские активы и пассивы. Туристская инфраструктура. Туристский потенциал.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Структура туристского потенциала территорий. Атракции. Инвентаризация и паспортизация туристских ресурсов, факторов и условий территории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
4	Кадастр туристских ресурсов. Географические информационные системы и карты в туризме	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Определение сущности дефиниции «туристские ресурсы» В современных условиях туризм представляет особый, специфический вид деятельности, который реализуется на определенной туристской территории. В Туристском терминологическом словаре приведено такое толкование туристических ресурсов [13, с.56]: «Ресурсы туристские - природные, исторические, социально-культурные объекты, с объектами туристического показа включительно, а также другие объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, способствовать восстановлению и развитию их физических сил, то есть доступны для ознакомления и использования независимо от формы собственности, если к тому нет законодательно наложенных ограничений. Природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые имеют комфортные свойства и потребительскую стоимость для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в определенное фиксированное время с помощью технологии и имеющихся материальных возможностей...» [14, с.110]. Такое определение говорит о достаточно широком значении понятия и практически безграничном. К определению дефиниции «туристские ресурсы» и ее классификации в современной отечественной литературе существуют различные подходы. Так в отечественной науке долгое время преобладал рекреационно-географический подход, основанный на базисной модели рекреационных ресурсов В.С. Преображенского. Согласно этой модели ресурсы трактовались исключительно в природно-географическом аспекте, и их исследование сводилось к оценке природно-ландшафтной среды отдыха [16, с.97]. Впоследствии за счет междисциплинарных исследований природно-географические аспекты были дополнены, что позволило перейти к природно-социальному пониманию туристских ресурсов. В 80 годах XX века за счет увеличения туристской активности населения произошел переход к исследованию туристских ресурсов с учетом технико-экономических параметров. В результате природно-географические аспекты стали тесно переплетаться с экономическими и социальными, что нашло отражение в современном изложении понятия туристские ресурсы. Данные понятия показывают, с одной стороны, общность определений отечественных авторов, рассматривающих туристские ресурсы как «объекты, факторы, явления не только природного, но и антропогенного характера, удовлетворением потребностей туристов». Причем природно-антропогенный характер раскрывается через состав включаемых объектов и через характеристики, которыми они обладают. С другой стороны в них очевидны некоторые различия, так Д.С. Ушаков считает, что не «объекты туристского показа» относятся к «туристским ресурсам», а «ресурсы территории», способные «удовлетворить туристский интерес». Коллектив авторов Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов в своем определении туристских ресурсов указывают на то, что они должны быть «пригодны для использования в сфере туризма», не делая упор на удовлетворения потребностей туриста [5, с.114]. Наиболее полно исследование подходов к туристским ресурсам проведено Л.П. Людвиг, которая систематизировала их и дала собственное уточненное определение «это совокупность природно-климатических, социокультурных и инфраструктурных факторов региона, используемых для производства туристского продукта для удовлетворения

потребностей человека в процессе и в целях туризма». Данное определение точнее других отражает сущность туристских ресурсов с точки зрения их использования в туристской индустрии, так как в понятие «туристские ресурсы» включены инфраструктурные факторы, факторы производства туристского продукта, направленные на удовлетворение как целевых, так и сопряженных потребностей туристов. Особенности в подходах к понятию «туристские ресурсы» проявляются при учете их состава и структуры, взаимосвязи элементов и отнесения к той или иной территории (территориальная «привязка») [6, с.304]. Рассмотрим их более подробно. С точки зрения выявления состава и структуры туристских ресурсов существуют два подхода. Первый основан на выделении двух групп факторов «природа + социокультура», причем под факторами социокультуры различные авторы понимают: культурные, культурно-исторические, культурно-познавательные, социокультурные, исторические, археологические и другие объекты. Во втором подходе Е.А. Севастьянова к двум выделенным факторам, добавляет «инфраструктуру» [19, с.76]. На наш взгляд это правомерно, так первый подход определений является ограниченным, и не в полной мере отражает данное понятие, так как потребности туриста заключаются не только в удовлетворении туристского интереса и получения впечатлений, но и в удовлетворении различных сторон его жизнедеятельности (физиологические, умственные, духовные и другие потребности). С точки зрения взаимосвязи элементов туристских ресурсов М.В. Асташкина, О.Н. Козырева [10, с.280] и другие рассматривают ресурсообразующие факторы как отдельные объекты, способные удовлетворить потребности туристов, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов рассматривают не отдельные элементы, а их объединение, совокупность [7, с.79-83]. Можно согласиться с данными подходами, так как использование поэлементного или комплексного подходов будет зависеть от цели рассматриваемых ресурсов. Так на мезо- и макроуровнях целесообразно использовать поэлементный подход, позволяющий выделить определенные туристские ресурсы. Если же дается общая оценка туристского региона, то используется комплексный подход. На микроуровне (уровень предприятий разрабатывающих и реализующих туристский продукт), при прогнозировании, планировании, организации и контроле производственной деятельности - ресурсы рассматриваются поэлементно, как отдельные объекты. При оценке потребительской полезности туристского продукта рассматривается совокупность всех ресурсов включенных в него. С точки зрения отнесения к той или иной территории (территориальной «привязки») большинство исследователей при определении туристских ресурсов не связывают их с какой-либо территорией. На наш взгляд, правы Д.С. Ушаков, Л.П. Людвиг и другие, которые утверждают, что туристские ресурсы должны быть обязательно «привязаны» к территории (туристскому региону) [7, с.79-83]. Данный подход является обязательным для развития региона, потому что региональные туристские ресурсы ограничены и отражают состояние конкретной территории, причем способность региона удовлетворять потребности туристов, заложена именно в составе и состоянии туристских ресурсов территории [23, с.78]. Также можно рассматривать туристские ресурсы как те объекты природы, истории, культуры, текущие события, явления, которые могут быть использованы при создании и реализации туристского продукта. Туристские ресурсы - это часть туристско-рекреационного потенциала определенной территории, которая включена в состав туристического продукта и подлежит реализации с туристической целью. Туристские ресурсы являются отчасти мотивационной основой для выбора определенного турпродукта (по виду, направлением, сезоном и другим признакам). Туристская деятельность на определенной территории развивается на основе тех ресурсов, которые существуют или могут быть задействованы или созданы в стране. Исходя из представленных выше подходов, можно сделать вывод, что основными критериями при определении туристских ресурсов будут являться: три группы факторов туристских ресурсов - «природа + социокультура + инфраструктура», комплексный подход к их определению и территориальная «привязка». Таким образом, понятие «туристские ресурсы» может быть представлено как «совокупность природных, социокультурных и инфраструктурных объектов и явлений туристского региона, необходимых и используемых для удовлетворения потребностей населения в сфере туризма.

Современный туризм невозможен без учета особенностей размещения этих ресурсов и их качества. Туристские ресурсы составляют основу туристического продукта. 2.Классификация туристских ресурсов Классификация является научно-методическим приемом по упорядочению информации по определенному признаку. Если таких признаков не один, а несколько, тогда речь может идти о типологии. Наиболее простым и понятным является применение системы упорядочения информации по туристско-рекреационным ресурсным классификациям, которые построены преимущественно по сущностному признаку, т.е. отражают качественные отличия. Такой подход плодотворен в просветительской, популяризационной деятельности, на первых этапах научной и практической работы, но классификационная схема становится громоздкой и малоприменимой для практических целей с усложнением структуры ресурсной базы. Комплексный характер спроса/предложения, растущие возможности индустрии туризма по созданию объектов определенного туристского назначения требуют пересмотра классификационных оснований, их расширения и дополнения по другим принципам. Исходя из представленного в подразделе 1.1 определения туристских ресурсов очевидно, что их можно классифицировать по отличительным признакам. В научных источниках множество различных классификаций туристских ресурсов. Так коллектив авторов, под общей редакцией Л.П. Воронковой классифицирует туристские ресурсы по трем основаниям [2, с.175]: · по степени использования туристами: непосредственные (историко-культурные, природные ресурсы, используемые самими туристами) и косвенные (социально-экономические); · по типу объектов: курортологические объекты, общеоздоровительные и рекреационные объекты, духовно-культурные объекты; · с функциональной точки зрения: оздоровительные, познавательные и спортивные. Причем на их взгляд «...критериями включения тех или иных элементов в состав туристских ресурсов будут являться не только техническая возможность, но и экономическая целесообразность их использования и уровень их изученности» [18, с.98]. Несколько иной подход к классификации туристских ресурсов предлагает Н.П. Крачило, который делит их всего на три группы: природные (водные ресурсы, климат, рельеф, минеральные источники и лечебные грязи, пещеры, животный и растительный мир, природные памятники и заповедники, уникальные природные объекты, живописные ландшафты, и др.); социально-экономические (транспортная доступность территории, экономико-географическое положение, уровень обеспечения обслуживания населения, трудовые ресурсы, уровень ее экономического развития, особенности населения, уровень развития транспортной сети); культурно-исторические (выставки, музеи, театры, исторические, археологические, архитектурные памятники, фольклор, этнографические особенности и т.д.) [24, с.56] По мнению М.М. Амирханова, Н.С. Лукашина, А.П. Трунева комплексные туристские ресурсы классифицируют (ресурсы природно-территориальных туристских учреждений) на природно-континентальные и природно-аквальные, состоящие из природных (заповедники, долины рек), природно-антропогенных (парки, скверы, лесопарки, национальные парки) и уникальные (памятники природы) [7, с.79-83]. Людвиг Л.П. при классификации туристских ресурсов условно объединяет их в три группы: классификации по составу (по образующим факторам и элементам, функциональной пригодности), классификации по оценочным параметрам качества туристских ресурсов, классификации по характеристикам, не связанным с оценочными (качественными) показателями туристских ресурсов [8, с.76]. Таким образом, изучив различные классификации туристских ресурсов можно сделать вывод о том, что исследователи сферы туризма часто не ставят перед собой отдельную задачу систематизации видов и типов ресурсов, в некоторых работах отсутствуют указания на основания классификации. Из рассмотренных классификаций на наш взгляд более полно представлена классификация туристских ресурсов Л.П. Людвиг, но и она требует изменений, так как не учитывает человеческие и информационные ресурсы, которые обладают специфическими особенностями и являются необходимыми для включения в туристские ресурсы, используемые как для организованного, так и для самостоятельного туризма. Также классификация Л.П. Людвиг не учитывает общих признаков региональных ресурсов, таких как возможность восстановления, скорость исчерпания и др. На наш взгляд при

классификации туристских ресурсов их можно условно объединить в три группы: общие признаки, состав туристских ресурсов и качество туристских ресурсов. Каждая из представленных групп обладает определенными классификационными признаками, которые включают в себя виды ресурсов. Основным отличием предлагаемой классификации от рассмотренных выше, является то, что в ней представлены ресурсы, которые: имеют общие характеристики всех ресурсов (возобновляемые, не возобновляемые, быстро исчерпываемые, неисчерпаемые и др.); являются объектами, явлениями или факторами (природно-климатические, инфраструктурные, уникальные и др.); направлены на удовлетворение возникающих потребностей туристов и отражающих его отношение к ним после их использования (эстетическая привлекательность, степень комфортности и др.); связаны с формированием туристского продукта и отражают результат туристской деятельности (функциональная и технологическая пригодность, возможность замены одних туристских ресурсов другими). туристский рекреационный мотивационный потребительский

Методы научных исследований туристских ресурсов Изучение и оценка ресурсного потенциала является необходимым элементом разработки стратегии туристско-рекреационного освоения территорий разного уровня. Создание санаторно-курортных комплексов, прокладка трасс туристских и экскурсионных маршрутов, обоснование схем районных планировок рекреационных районов невозможны без комплексного исследования структуры, объема и качества ресурсного потенциала территории, оценки экологического состояния природной среды, выявления позитивных и негативных социально-экономических, геополитических и культурологических факторов, воздействующих на рекреационную деятельность. Теоретико-методические основы туристских ресурсов и методики оценки ресурсов для целей туризма изложены в работах Л.А. Багровой, Н.В. Багорова, А.А. Бейдыка, Ю.А. Веденина, М.П. Крачило, Н.С. Мироненко, Л.И. Мухиной, В.С. Преображенского, И.Т. Твердохлебова и других авторов. Характеристика туристских ресурсов должна включать сведения о качестве ресурсов, о площади (или об объеме), которую эти качества характеризуют, о длительности периода, в течение которого эти качества проявляются. Каждый вид ресурсов может быть описан с помощью многочисленных количественных показателей [20, с.564]. Например, для оценки качества пляжей понадобится информация о протяженности пляжа, ширине пляжной полосы, литолого-механическом составе пляжного материала, высоте берега, ширине зоны мелководья, характере грунта, возможности воспроизводства и негативных процессах, изменяющих его качество (абразионных, аккумулятивных и др.), степени оборудованности, транспортной доступности и т.п. При отсутствии общепризнанных показателей прибегают к мнению экспертов. Процедура оценивания туристских ресурсов, по мнению Л.И. Мухиной, включает четыре этапа [22, с.132-137]:) выделение субъекта, с позиций которого ведется оценка;) обоснование критериев оценки;) разработка оценочных шкал градаций В зависимости от выбора того или иного субъекта (в частности, туриста или туроператора) и различных критериев оценки одного объекта могут существенно отличаться друг от друга [12, с.12]. Оценки бывают частными (оценивается отдельный ресурс) и интегральными (оценивается сочетание ресурсов или ресурсный потенциал территории в целом), по форме выражения - количественными и качественными. При этом потенциал конкретной территории не будет равен простой сумме потенциалов отдельных ресурсов, определяемых как произведение площади (объема) ресурса, рекреационно-экологической емкости и периода эксплуатации ресурса, а экономическая оценка данного сложного объекта природопользования в силу синергетического эффекта совместного использования ресурсов превышает сумму экономических оценок единичных ресурсов. В туристско-рекреационной практике оценочных работ сложились четыре основных направления оценки. Медико-биологическая рекреационная оценка - оценка степени комфортности окружающей среды для организма человека (туриста). Большой арсенал методов накоплен в комплексной климатологии и курортологии, среди которых наибольшее признание получили методики, выявляющие зависимость состояния организма от комплексного воздействия метеорологических факторов и методы классификации погод. При

оценке комплексного воздействия метеорологических факторов исходят из того, что теплоощущение человека определяется совокупным эффектом влияния температуры, влажности воздуха и скорости ветра. Например, по Арнольди, в зимний период скорость ветра, равная 1 м/с, снижает теплоощущение человека на 2 градуса. В летний период теплоощущение человека определяется эффективными (ЭТ) температурами, при условии, что человек находится в защищенных от ветра местах; и эквивалентно-эффективными (ЭЭТ) температурами, учитывающими влияние всех трех компонентов. Анализ хода температур позволяет выявить период термического дискомфорта как перегрева в летний период и как переохлаждения - в зимний. Методы классификации погод используются учеными разных стран. Для оценки теплового состояния человека используются измерения различных физиологических реакций человека на изменение погоды (например, в методике Е. Ратнера - средневзвешенной температуры кожи человека для разных сезонов года и при разной величине потоотделения, в методике болгарского ученого Маринова - на основе коэффициента упругости водяных паров на поверхности кожи человека). Все погоды в течение года подразделяются на классы, например, на комфортные, теплые и прохладные субкомфортные, жаркие и холодные дискомфортные. Классификация погод выступает основой для определения продолжительности комфортного периода для летних и зимних видов отдыха и туризма [4, с.140]. Технологическая рекреационная оценка производится с позиций организаторов отдыха для определения возможности развития на определенной территории того или иного вида туристско-рекреационной деятельности [4, с.142]. При этом исследователи и проектировщики должны решить следующие задачи [15, с.84]:) проанализировать структуру, количественные и качественные параметры туристских ресурсов и всего рекреационного потенциала территории;) выявить свойства среды, ограничивающие развитие рекреации и туризма в целом или отдельных их видов;) определить набор возможных туристско-рекреационных занятий для каждого сезона года;) выяснить возможность инженерного освоения территории, в т.ч. рекреационного строительства;) осуществить функциональное зонирование территории;) определить рекреационную емкость территории и оптимальные рекреационные нагрузки. Для технологической оценки территорий по степени пригодности для развития туризма чаще всего используется ландшафтная основа, к контурам которой привязывается оценка. Сложной исследовательской задачей является правильный расчет рекреационной емкости. Под рекреационной емкостью понимают способность объекта (территории) обеспечивать определенному количеству людей (рекреантов) проведение рекреационных занятий без нарушения устойчивости природных и культурных комплексов и психофизиологической комфортности людей. Рекреационная емкость зависит от типа ландшафта и его способности к восстановлению, высоты местности, интенсивности туристско-рекреационных занятий и других факторов. На основе экспериментальных исследований разработаны комплексы нормативов рекреационной нагрузки для разных типов ресурсов и разных видов ресурсопользования. Например, во многих странах мира действует норматив обеспеченности пляжами - 5 кв. м на рекреанта; нормы обеспеченности лесными угодьями колеблются от 5 чел./га в естественных лесах до 50 чел/га в лесопарках.. Психолого-эстетическая рекреационная оценка отражает степень эстетического восприятия окружающей среды человеком (туристом). Она имеет высокую степень субъективности, т.к. опосредуется личностными качествами субъекта оценивания - его духовным богатством, художественным вкусом, привычками, ценностными установками. В отечественной и зарубежной рекреационной географии получили распространение следующие подходы [4, С.143]. Оценка пейзажного разнообразия территории базируется на выявлении эффекта различных комбинаций компонентов ландшафта - рельефа, растительности и водных объектов с включением объектов антропогенного происхождения. При оценке внутреннего пейзажного разнообразия учитывается число контуров урочищ на единице площади, степень вертикального и горизонтального расчленения рельефа, красочную мозаичность пейзажа и т.д., при оценке внешнего пейзажного разнообразия на первый план выходят число и высота точек наблюдения, изломанность линии горизонта, панорамность,

степень залесенности (открытые, полуоткрытые и закрытые пространства), число одновременно видимых природных комплексов и др. Использование эталонного метода предполагает необходимость сравнения оцениваемого природного или культурно-исторического объекта с эталонными образцами, выполненными в виде рисунков или фотографий типовых пейзажей. В СССР этот метод был впервые применен Ю.А. Ведениным и Л.С. Филиппович для эстетической оценки природных комплексов южнотаежной подзоны [14, с.123]; девять использованных эталонов учитывали различную степень залесенности и расчлененности рельефа. Метод оценки аттрактивности (притягательности) объекта строится на социологических опросах туристов или опросах экспертов и выражает среднестатистическое мнение опрошенных. Аналогичная методика с использованием голосования посредством мобильной связи использовалась в 2007 г. для выявления новых «семи чудес света» и «семи чудес Украины». Экономическая рекреационная оценка имеет целью оценить общественную потребительскую стоимость ресурсов рекреации и туризма. Отраслевая оценка формулируется путем сопоставления затрат и доходов отрасли, а народнохозяйственная - общественных издержек и выигрыша общества в результате использования рекреационных ресурсов. Апробированы два основных подхода - затратный и рентный. К затратным методам относятся: оценка по затратам на освоение рекреационных ресурсов, по затратам на замещение (в случаях, когда территория или ресурс выбывает из рекреационного использования и подыскивается замещающий его участок с эквивалентными ресурсами) и оценка по восстановительной стоимости, определяемая величиной будущих затрат общества на восстановление качества ресурсов, утраченного в процессе эксплуатации. Наибольшее распространение в мировой практике туризма получила оценка ресурсов, основанная на рентном подходе. Дифференциальная рента определяется в виде разности между ценностью продукции, полученной при использовании ресурсов и нормативным уровнем индивидуальных приведенных затрат на ее производство при использовании этого же ресурса. Дифференциальная рента I связана с ограниченным количеством лучших территорий для отдыха, с разным качеством ресурсов в отдельных районах и разной степенью их удаленности от центров спроса. Дифференциальная рента II формируется за счет дополнительных капиталовложений в рекреационную территорию или ресурс для их благоустройства, повышения комфортности и аттрактивности. Таким образом, экономическая (денежная) оценка данного рекреационного ресурса равна величине приносимой им ренты при оптимальном режиме его эксплуатации. Актуальным направлением изучения и оценки рекреационных ресурсов является составление национальных и региональных кадастров. Наиболее оптимальной формой их разработки представляются специальные разделы геоинформационных систем (ГИС). Разработки в этой области пока достаточно редки. В структуре регионального кадастра, предложено В.Л. Бабуриным, П.П. Лебедевым и В.В. Свешниковым раздел «Рекреационные ресурсы» представлен малой серией карт, отображающих основные типы ресурсов и «антиресурсов», комплексную качественную оценку, экономическую оценку (потенциальную стоимость и потенциально возможный доход), оценку социальной полезности рекреационных ресурсов. Специализированный кадастр объектов рекреационного характера содержит ГИС-продукт компании ESRI «Data&Maps» [9, с.67]. Раздел «Рекреационные территории» представляют 319 тыс. объектов рекреационного природопользования и рекреационной инфраструктуры США (парки, прогулочные уголья, площадки для гольфа, курорты и др.), причем картографическая информация дополнена сведенными в таблицы банками территориально распределенных данных. Необходимым элементом инвентаризации ресурсов помимо их количественных и качественных характеристик должен стать учет форм собственности, форм ресурсопользования, результатов эколого-экономической оценки.

2.2 Туристский ресурс как фактор экономического развития

Ресурсный потенциал региона - совокупность всех ресурсов, как вовлеченных в процессы общественного воспроизводства, так и потенциально возможных к вовлечению. Трансформация экономики региона и необходимость вовлечения ресурсного потенциала всех видов обуславливают актуальность исследования потенциала туристских

ресурсов как существенного фактора социально экономического развития территории. Исследование туристских ресурсов базируется на неоднозначных подходах и определениях данного понятия. В отечественной науке продолжительное время преобладал рекреационно-географический подход. Задача развития туризма была возложена на рекреационную географию. Что и нашло отражение в терминологическом аппарате в области туризма, включая и определение туристических ресурсов. Первые определения рекреационных ресурсов были сформулированы на основе базисной модели рекреационной системы В.С. Преображенского. Ресурсы трактовались в природно-географическом аспекте, и их изучение сводилось к оценке природно-ландшафтной среды отдыха. В дальнейшем за счет междисциплинарных исследований природно-географические аспекты рекреации были дополнены, что и стало предпосылкой к природно-социальному восприятию рекреационных ресурсов. Так, к природно-ландшафтной среде отдыха добавились комфортабельность условий, привлекательность культурно-исторических, развлекательных и иных объектов рекреационной деятельности [3, с.76]. Рост туристской активности населения, а также вовлечение в оборот новых природных и других туристских ресурсов обусловили переход к системному изучению рекреационно-туристской деятельности с учетом технико-экономических параметров. Ресурсный потенциал региона классифицируется по ряду признаков [6, с.214]: по содержанию и предметному наполнению (природная среда и природные ресурсы, геополитический ресурс, производственно-экономический, организационно-управленческий); по участию в общественном производстве (производственный, обеспечивающий, территориальный); по уровням (локальный, мезо, микро). Включение туризма в рыночные отношения потребовало изучения системы организационных, экономических, социальных аспектов хозяйственного механизма управления туристскими ресурсами, проблем государственного и регионального регулирования, а также обусловило необходимость исследования специфических особенностей туристских ресурсов и корректного определения терминов «рекреационные ресурсы» и «туристские ресурсы». Рекреационные ресурсы предполагают организацию рекреационной деятельности, которая охватывает все виды деятельности, включая туризм. Исходя из этого, видно, что даже комната отдыха на предприятии относится к подобным ресурсам. Туристская деятельность (для которой предназначены туристские ресурсы) предполагает организацию отдыха в среде, отличной от постоянного местообитания. Таким образом, «рекреационные ресурсы» - понятие более емкое по отношению к термину «туристские ресурсы» и не может отражать смыслового значения последнего, потому что не учитывает специфической особенности туристской деятельности. Общность, которой придерживаются все авторы в подходах к определению туристских ресурсов, заключается в том, что они определяют ресурсы как объекты и явления природно-антропогенного характера, которые напрямую или косвенно связывают с потребностями туристов, их целями и интересами. Важным фактором развития туризма является наличие туристского потенциала территорий, знание которого является одним из главных условий при формировании туристского продукта. Проанализировав имеющиеся определения понятия «туристский потенциал», сделаем вывод, что наиболее четко отражает экономическую сущность туризма и, соответственно, потенциала территории для его развития определение, согласно которому «туристским потенциалом какого либо объекта (или территории) именуется совокупность приуроченных к данному объекту (территории) природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ». Ресурсную основу туристского потенциала составляют природные, культурно-исторические, инфраструктурные, инвестиционные, трудовые, информационные, а также их территориальное сочетание. Существует несколько подходов к оценке территории [24, с.67]:) количественная оценка ресурсов, позволяющая описать имеющиеся туристские ресурсы количественно, т.е. определить их объем и запасы;) качественная оценка ресурсов, которая позволяет оптимизировать направления по использованию туристских ресурсов дестинации. Дестинация

может пониматься как определенное место, имеющее реальную или умозрительную границу, например страна, область, остров, город и т.п., которое посещают туристы с определенной целью;) анализ потенциальных возможностей использования ресурсов, т.е. определить рамки использования ресурсов, а также экономические, социальные и экологические последствия использования туристских ресурсов. Несмотря на различия, общим для них является то, что практически всегда возникает необходимость работы с большим массивом информации. Целесообразно выделить три группы факторов оценки туристского потенциала территории [21, с.136-143]: генерирующие (связанные с потребностью); реализующие (связанные с ресурсами); локализирующие (связанные с информированностью населения). Генерирующие факторы обуславливаются характером туристских потребностей (туристского спроса), необходимостью отдыха и восстановления работоспособности, желанием оторваться от рутины, культурно обогатиться и получить духовный опыт, а также соответствовать социальному статусу. Поскольку ценности современного путешественника имеют тенденцию становиться ценностями всего общества, проведение отпуска вдали от дома уже является не просто одним из возможных видов отдыха, а социальной нормой, обязательной к исполнению. Следовательно, общественные потребности в туризме, пробуждающие спрос на разные формы отдыха, формирующие циклы рекреационных занятий, являются первым фактором оценки туристского потенциала территории. Можно утверждать, что в современном обществе прослеживается тенденция к изменению характера туристских потребностей: от примитивных - к более возвышенным, от средства восстановления рабочей силы - к способу реализации человеком своих индивидуальных способностей и удовлетворения интеллектуальных запросов. Факторы, способствующие реализации потребностей в туризме и обеспечивающие вовлечение широких масс населения в сферу туристско-рекреационной деятельности, связаны с природно-климатическими и культурно-историческими ресурсами рекреации и туризма, а также социально-экономическими условиями жизни населения. Перманентной функцией туризма является рекреационная, которая направлена на восстановление духовных и физических сил человека путем контрастной смены обстановки и вида деятельности. Акцентирование рекреационной функции становится доминантным в современной практике туризма. Локализирующие факторы связаны с информационной спецификой туризма. Их действие заключается в максимально полном изложении информации о существующих в границах определенной территории возможностях для его организации и проведения. Лидирующую роль играет как общий облик природы региона, так и отдельных привлекательных его элементов. В качестве товара туристская отрасль предлагает не только комплекс товаров и услуг, но и привлекательность того или иного места, территории, объекта, поскольку люди едут в туристское путешествие не ради получения обслуживания в самолете, поезде, гостинице или ресторане. И если привлекательность туристской территории изначально была обусловлена главным образом естественными свойствами и качествами ресурсов, то сегодня она поддерживается благодаря имиджу, положительному образу места, создававшемуся длительное время и многократно усиленному современными средствами массовой информации. Влияние реализующего фактора ослабевает с усилением локализирующих факторов, хотя полностью преодолеть это влияние не удастся, особую важность приобретает третья группа факторов оценки туристского потенциала территории, связанная с информированностью населения. Информационный аспект туризма выражается в эффективном и качественном информационном сопровождении туристской деятельности, что характеризуется целенаправленным и систематическим формированием информационного ресурса и предоставлением услуг по осуществлению доступа к нему, доведению информации до потребителей. Информационными туристскими ресурсами являются сведения о материальных объектах, расположенных вдоль трассы туристского маршрута и обладающих исторической, художественной, научной или познавательной ценностью, топонимика городов, сел, деревень, природных урочищ, связанные с ними легенды и мифы, а также посвященные им литературные произведения, научные труды, путеводители, карты, художественные альбомы, фотографии, мультимедийная продукция. К туристским информационным ресурсам

следует отнести не только документы с вербальной информацией, но и массивы материальных образцов типа минералов, гербариев, музейных экспонатов. В свою очередь, к информационным туристским ресурсам относятся люди, владеющие необходимой информацией и умеющие передать эту информацию в интересной для туристов форме. О туристских возможностях потенциальный потребитель информируется посредством направленной системы продвижения продукта, информацией о туристском регионе в проспектах, буклетах, картах, путеводителях, других информационных материалах. В задачи информационного сопровождения оценки туристского потенциала территории входят: оценка туристских ресурсов; содействие формированию конкурентоспособного туристского комплекса; содействие разработке программ и проектов в сфере туризма; анализ индустрии и инфраструктуры туризма; издание информационных материалов; организация конференций, семинаров; участие в рекламной, выставочной деятельности с целью продвижения комплексного туристского продукта; сбор, обработка, обновление информации о состоянии территории на региональном туристском портале. С целью выявления путей наиболее эффективного использования всех предпосылок развития туризма в пределах той или иной территории создается кадастр туристских ресурсов, представляющий собой систематизированный свод сведений об объектах и явлениях туристского назначения. Сбор информации относительно всех средств размещения, перемещения и организации культурно-досуговых программ и иных мероприятий в ассортименте поставщиков приводит к формированию значительной по объему «базы данных» и является основой процедур, обеспечением процессов генерализации туристского продукта. Они выполняются с помощью различных методик информационных технологий. Функции туроператора определяются формированием тура, т.е. заключением договоров на места в гостиницах, транспортные перевозки, питание туристов, экскурсионное обслуживание. В действительности же повседневная деятельность туристской организации основывается на обработке значительного объема информации. При генерализации туристского продукта действия туроператора определяются двумя библиографическими функциями, а именно кумулятивной и трансляционной, которые в туризме приобретают специфические особенности. Кумулятивная включает действия туроператора по оформлению определенной совокупности информационного ресурса о дестинации, который необходим для обслуживания операций производства туристского продукта. Это может быть фонд документов, справочный аппарат в виде базы данных, каталоги, атласы, фотографии, другой материал, иллюстрирующий возможности объектов туристской территории [21, с.136-143]. Следовательно, функцию генерализации туристского продукта следует считать кумулятивной - выполняется сбор, обработка и хранение информации о компонентах, включаемых в пакет обслуживания. Трансляционная функция реализуется туроператором при обеспечении владельцев объектов в туристском центре, в объеме предполагаемых потребностей туристов в данном туре. Таким образом, трансляционная функция является необходимым элементом координации деятельности владельцев объектов туристского назначения в дестинации при приеме туристов. Действия и операции туроператора по продвижению туристского продукта также можно отнести к трансляционной функции, связанной с процессами и технологиями информационного обслуживания клиентов-пользователей и конечных потребителей. Реализуя обе функции, туроператор тем самым определяет соответствие отобранных в дестинации объектов намеченной тематической направленности тура и оценивает возможности качественного обслуживания туристов. В последние десятилетия в связи с применением современных информационных технологий человек стал очень восприимчив к целенаправленному информационному воздействию. В современных условиях ни одно исследование невозможно без ГИС-технологий, на базе которых были разработаны тематические карты исследуемых территорий, проведено зонирование территорий, выявлены наиболее перспективные районы, обладающие сочетанием природных, культурно-исторических ресурсов и объектов инфраструктуры. На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В настоящее время туризм из вида отдыха превратился в

целую индустрию, включающую в себя многие виды туристской деятельности. В работе осуществлен анализ сущности понятия «туристские ресурсы». Установлено, что формирование понятия «туристские ресурсы» заключается в определении их через объекты туристского интереса и потребности, удовлетворяемые с использованием данных ресурсов. Туризм в первую очередь зависит от привлекательности территории, ее первичных или так называемых туристических ресурсов: Природные ресурсы (климат, ландшафт, экосистемы); Культурные ресурсы (архитектурное наследие, произведения искусства, археологические и научные ценности, традиции, субкультурные образования) Социальные ресурсы (люди или организации, которые способствуют быстрому развитию туризма в регионе и обладают финансовым капиталом, способностями, знаниями; система охраны здоровья, окружающей среды и собственности; интересы местного населения и т.д.) Кроме того, необходимо наличие на территории вторичных ресурсов: Жилищный сектор (гостиницы, мотели, лагеря для автотуристов, пансионаты и т.д.); Сектор общественного питания (кафе, рестораны, закусочные и т.д.); Сектор организации путешествий (агентства, организаторы экскурсий и т.д.); Транспортный сектор (воздушный и водный транспорт, поезда, автобусы и т.д.); Сектор развлечений; Информационный сектор (информационная туристическая сеть); Автором рассмотрены различные классификации туристских ресурсов, предлагаемые в исследовательской литературе. В результате их анализа установлено, что наблюдается определенная путаница в разграничении тех ресурсов, в создании которых участвует человек. Это связано с тем, что невозможно четко провести границу между физическими объектами и общественными процессами, протекающими с использованием данных объектов. Данный факт потребовал систематизации накопленных взглядов и формирования авторской системы классификации туристских ресурсов с использованием следующих критериев:) специфика формирования;) способ возникновения;) функциональное назначение;) целенаправленность формирования;) количество туристских объектов;) уровень доступа к ресурсам;) воспроизводимость;) степень использования;) принадлежность к определенным компонентам природной среды. Далее осуществлено исследование методов научного исследования туристских ресурсов. В процессе исследования выявлено, что универсальных методов оценки туристских ресурсов не существует. Это отчасти определяется самой природой туристских ресурсов. В туристском ресурсоведении обычно используются отдельные методы оценки для определенных групп туристских ресурсов. Например, метод технологической оценки может быть использован применительно к природным туристским ресурсам с позиции инженерного освоения территории. Эстетическая оценка природных ресурсов основана на определении степени эмоционального воздействия туристских ресурсов на человека, определяется наличием контрастности и уникальности туристского ресурса. И если результатом технологической оценки является готовность территории к туристскому освоению и ее использованию для создания турпродукта, то эстетическая оценка определяет степень attractiveness объектов туристского показа. Поэтому разработка комплексной методики оценки туристских ресурсов, включающей ряд интегральных показателей, является не просто целесообразной, но имеет важное научное и практическое значение.

Источник: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=823677#text>

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие ресурсы, факторы и условия влияют на организацию туризма на территории?
2. Какова роль ресурсов, факторов и условий в развитии туризма на территории?
3. Как можно классифицировать ресурсы, факторы и условия территориальной организации туризма?
4. Какие ресурсы, факторы и условия являются наиболее важными для успешной организации туризма на территории?
5. Какие изменения в ресурсах, факторах и условиях могут повлиять на развитие туризма на территории в будущем?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА. Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.

3. Цели занятия.

-Понять, что такое туристические ресурсы и как их оценивать.

-Изучить факторы и условия, влияющие на развитие туризма на территории.

- Оценить потенциал территории для развития туризма и выявить возможности для его улучшения.

-Изучить конкурентоспособность территории в туристической индустрии и определить ее преимущества и недостатки.

- Разработать стратегии и рекомендации для улучшения туристического потенциала и конкурентоспособности территории.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Оценка конкурентоспособности территорий. Интерпретация туристских активов и потенциала территорий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Методика формирования перечня искусственных мотиваций туристов для развития туризма в российских регионах.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение. В настоящее время туризм стал одной из самых динамичных и перспективных отраслей экономики. Высокие темпы развития туризма и путешествий выдвигают на передний план проблему исследования и системного анализа комплексных последствий и перспектив его влияния на развитие современного сообщества в целом, так и на развитие отдельных стран и территорий, выступающих в роли продавцов и покупателей туристских продуктов. Рассматривая проблемы развития туризма, следует особое внимание уделить маркетингу туристских территорий. Маркетинг туристских территорий весьма специфичен, так как, во-первых, он определяется природой туристского продукта, а во-вторых, особенностями каждого туристского региона. В свою очередь уровень развития туризма в регионе зависит от состояния уровня развития региона и государства в целом. Сам туризм по отношению к региональному развитию выполняет маркетинговые функции, так как он способствует выявлению, максимизации и удовлетворению спроса на региональные продукты. В настоящее время накоплен значительный опыт туристских регионов различных стран по применению маркетинга в целях повышения своей туристской и коммерческой привлекательности. [10] На сегодняшний день маркетинг территорий активно развивается, и его исследование в период развития туристской сферы в России, особенно в регионах, которые представляют собой туристских территориальный продукт, является актуальным. Цель курсовой работы заключается в раскрытии сущности и особенностей туристского территориального продукта и способов его формирования. Задачи курсовой работы: . Раскрыть сущность и особенности туристского территориального продукта, способы его формирования. . Дать характеристику «туристской территории» с точки зрения «особого продукта», способного удовлетворять туристские потребности. . Рассмотреть структуру территориального продукта, его уровни. . Изучить комплексный подход к формированию и продвижению регионального турпродукта. . Провести PEST - анализ Липецкой области. . Провести SWOT-анализ Липецкой области. . Дать характеристику и оценить ключевые факторы конкурентоспособности территории. . Проанализировать информационные ресурсы Липецкой области. . Составить краткий туристический дайджест Липецкой области. Объектом исследования является Липецкая область. Предметом курсовой работы выступает маркетинговый анализ Липецкой области, заключающийся в анализе региона, с точки зрения территориального туристского продукта. В качестве информационного материала для написания курсовой работы использовались книги, учебные пособия, периодические издания, Интернет-сайты. 1. Сущность и особенности туристского территориального продукта, способы его формирования .1 Характеристика «туристской территории» с точки зрения «особого продукта», способного удовлетворять туристские потребности В последние десятилетия начал накапливаться опыт по применению идей маркетинга на уровне регионов и городов различных стран. Речь идет о применении потенциала территориального маркетинга в целях повышения деловой и туристической привлекательности регионов. Одним из основных инструментов управления развитием региона выступает территориальный маркетинг, целью которого является повышение благосостояния и улучшение качества жизни населения региона. [10] Территориальный или региональный маркетинг - это маркетинг товаров, услуг, предприятий, достопримечательностей региона, направленный на их продвижение, как за пределы территории, так и внутри ее. [10] Цели регионального маркетинга должны быть глобальными и работать на перспективу, но в то же время они должны быть реальными, достижимыми и понятными для местного сообщества. Туристская территория - «вид комплексного туристского ресурса; географически определенное место концентрации наиболее ценных туристских ресурсов, а также объектов туристского интереса, выделяемое в составе туристского региона с указанием в кадастрах и иных видах документации; и с введением режима приоритетного целевого функционирования и развития туризма в его пределах». [11] Туристские ресурсы - «природно-климатические, социокультурные, исторические, и архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные

объекты или явления, способные удовлетворить потребности человека в процессе и в целях туризма» [7]. Туристские ресурсы - «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил». [1]. Туристские ресурсы фиксируются в кадастре. Кадастр туристских ресурсов представляет собой обобщенную (экономическую или экологическую) потребительную (стоимостную или балльную) оценку туристских ресурсов. Кадастр обязательно должен быть представлен в региональной или тематической формах. [11] Территориальный маркетинг направлен: на создание и поддержание притягательности и престижа территории в целом; привлекательности сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей для реализации и воспроизводства таких ресурсов. Под маркетингом туристских территорий понимается «деятельность, предпринимаемая для целенаправленного формирования и продвижения имиджа туристской территории и ее территориального туристского продукта на внешние и внутренние рынки». [10] Конкретные меры территориального маркетинга включают в себя: публикации и распространение печатных материалов о регионе; целенаправленные визиты региональных руководителей; встречи с руководителями организаций, готовых открыть в регионе новый вид бизнеса; кампании, проводимые совместно с торговой палатой и т.д. Территориальный маркетинг представляет собой действенный инструмент социально-экономического развития. Задачей территориального маркетинга является создание новых и усиление имеющихся преимуществ для привлечения в регион экономических агентов, способных повысить благосостояние жителей региона. Точно так же, как маркетинг продукта выявляет и доводит до потребителя уникальные свойства продукта, территориальный маркетинг выявляет и частично создает уникальные свойства региона, которые могут быть полезны для потребителей. Для предпринимателей это близость рынков сбыта, квалификация рабочей силы; для туристов - климатические условия, достопримечательности; для инвесторов - цены на недвижимость и отработанность процедур купли-продажи титулов собственности. [14] Конкретным инструментом территориального маркетинга может стать план продвижения региона, состоящий из следующих разделов: исследования и экономического анализа деловой среды и коммерческой деятельности; образования; связи с общественностью и рекламы. План продвижения региона полностью аналогичен плану продвижения продукции коммерческой фирмы, с той лишь разницей, что «товаром» является сам регион вместе со сложным комплексом услуг, а потребителем являются весьма разнородные группы (население региона, туристы, инвесторы, предприниматели, государственные органы власти, некоммерческие организации). Данный план представляет собой систему действий, которые создают и поддерживают конкурентные преимущества региона, способные сохраняться в течение длительного времени. План продвижения региона - один из действенных методов управления развитием региона. [14] Уровни задач, решаемые посредством маркетинга территории: - имиджевый уровень (формирование и улучшение имиджа территории; рост её престижа, деловой и социальной конкурентоспособности); - инвестиционный (привлечение на территорию общегосударственных и иных внешних, по отношению к территории, заказов и инвестиций); - политический (расширение участия территории и её субъектов в реализации международных, федеральных и региональных программ за её пределами); - экономический (стимулирование приобретения и использования собственных ресурсов территории за её пределами к её выгоде и в её интересах; а также повышение притягательности вложения, реализации на территории внешних по отношению к ней, но нужных ей ресурсов); - интегративный (рост числа связей между территориями, повышение уровня открытости территории и снижение напряженности в отношениях между территориями). [13] Для реализации своей целевой ориентации маркетинг территорий вырабатывает комплексы мер, обеспечивающих решение задач на каждом из перечисленных уровней. Эволюция маркетинга

осуществляется за счет развития новых направлений, которые учитывают возможности и условия конкретных территориальных образований. Особое внимание уделяется укреплению конкурентных преимуществ каждого региона, а также возрастает роль маркетинговых исследований, опирающихся на формирование системы обратной связи с потребителями товаров и услуг. [10] Некоторые авторы вкладывают в понятие маркетинга в туризме глобальное содержание, как, например, швейцарский специалист Ё. Крипендорф: Туристский маркетинг - «это систематическое изменение и координация деятельности туристских предприятий, а также частной и государственной политики в области туризма, осуществляемой по региональным, национальным или международным планам». [8] Цель таких изменений заключается в том, чтобы наиболее полно удовлетворять потребности определенных групп потребителей, учитывая при этом возможности получения соответствующей прибыли. Таким образом, туристские территории выступают в качестве особо продукта, направленного на удовлетворение туристских потребностей.

1.2 Структура территориального продукта, уровни туристского продукта региона

Структура политического и территориального устройства определяет базовые уровни маркетинга территорий: сообщества государств, отдельные страны, регионы (части стран), области (федеральные образования), города (населенные пункты). Объектом внимания маркетинга территории является сама территория в целом. Маркетинг в данном случае осуществляется как внутри, так и за ее пределами. К числу основных субъектов маркетинга в любой сфере деятельности относятся производители того или иного продукта (товаров, услуг и др.), его потребители (покупатели, пользователи) и посредники. Соучаствовать в маркетинговых отношениях и действиях могут органы управления, целые сферы экономики (например, торговля), средства массовой информации, учебные и научные учреждения, организации и их системы. Наиболее активными участниками маркетинговых отношений традиционно выступают производители продуктов, а субъектами, пользующимися особым вниманием к себе, - потребители. [13] Целевые группы (рынки), «потребители территорий» могут быть классифицированы по ряду признаков, критериев. Наиболее крупные из них составляют пары «резиденты - нерезиденты» (критерий территориальной принадлежности, постоянного проживания, расположения) и «физические лица - юридические лица» (критерий юридического статуса). Потребители в маркетинге территорий заинтересованы в ее продвижении. Чтобы эффективно продвигать территорию, место, нужно знать: - Какие люди, организации вовлечены в процесс принятия решения о выборе территории и каковы их роли? - Какие критерии используются ими? - Каковы типичные образцы, стереотипы, приемы инициирования, влияния и принятия решения по выбору территории? [15] Субъектами, активно осуществляющими продвижение и «продажу территорий», выступают территориальные органы власти и управления, местные экономические агентства развития, туристические операторы и агентства, торговые дома, спортивные комитеты и федерации, любые другие структуры, локализованные на территории и проявляющие активность с целью привлечения внимания к ней возможных потребителей (заказчиков продукции) и удержания уже присутствующих. [15] Ведущей целью этих субъектов маркетинга территорий является создание, поддержание или изменение мнений, намерений и поведения субъектов-потребителей территории, в том числе: - притягательность, престиж территории (места) в целом, условий жизнедеятельности и деловой активности на территории; - привлекательность сосредоточенных на территории природных, материально-технических, финансовых, трудовых, организационных, социальных и других ресурсов, а также возможностей реализации и воспроизводства таких ресурсов. Как маркетинговая наука маркетинг территорий активно изучает: - качество территориального продукта; - цену территориального продукта; - промо и сбыт территориального продукта. [13] На практике и в специальной литературе широко применим термин «туристский продукт», который не существует в конкретной вещественной форме, он представляет собой совокупность определенного количества и качества товаров и услуг рекреационного характера, подготовленных в данный конкретный момент для реализации потребителям. Для

конкретного потребителя туристский продукт носит абстрактный характер, он состоит из благ, источники которых находятся в природе как в вещественном (курортные товары, сооружения, инфраструктура), так и в невещественном (услуги, окружающая среда, климатические условия) форме. Объединение всех этих благ воедино является объективной необходимостью, потому что потребитель не может удовлетворить свои разнообразные потребности в восстановлении жизненных сил и здоровья только за счет одного вида товаров или услуг, а только лишь в комплексе и при том в определенной обстановке. Туристский продукт воспринимается им как «пакет благ» как единое целое. Если этот «пакет» не укомплектован и в нем отсутствуют какие-либо блага, то полезность других благ может потерять свое значение. Степень полезности туристского продукта определяется потребителем субъективно. Роль предпочтений в рекреационном потреблении играет зачастую временно действующие факторы - мода, настроение, подражание, соображения, престижность и др. Но, как правило, при выборе вида туристского продукта потребители чаще всего руководствуются экономическими соображениями. Территориальный туристский продукт представляет собой «совокупность потребительных стоимостей с туристским и рекреационным эффектом, существующих в форме конкретных продуктов и услуг, которые произведены и имеются в наличии в данный момент для потребления в определенной природной и общественной среде». [18] Маркетинг туристских территорий в качестве основного объекта исследования выделяет территориальный туристский продукт, который существует как сложный комплекс взаимосвязанных составляющих, включающий: базисный продукт, дополняющий продукт, комплексный продукт. Базисный продукт территории включает продукты и услуги туристских, гостиничных и санаторно-курортных предприятий, удовлетворяющие туристский и рекреационный спрос (размещение, питание, лечение, отдых) Дополнительный продукт территории включает продукты, товары и услуги смежных отраслей (торговли, общественного питания, транспорта, досуга, спорта, экскурсионного обслуживания и пр.) Комплексный продукт территории представляет собой совокупность базисных и дополнительных продуктов, формируется на основе свободного выбора потребителей. [18] Любой туристский продукт имеет явную предметно ориентированную составляющую, обладающую конкретными свойствами и характеристиками. Кроме того, туристский продукт базируется на ресурсном потенциале территории, следовательно, обладает глубокой общностью для всех потребителей, такая общность определяется как единым ресурсным потенциалом, так и существующими объектами инфраструктуры туризма. Ресурсный потенциал территории и его отдельные составляющие существует объективно и не зависит от производителей и потребителей. Составляющие технологического характера в отношении туристского продукта могут существовать только в совокупности. Туристский продукт - это основа экономики туристской деятельности, он реально отражает все то, что туристский центр или дестинация может предложить туристам. Он представляет собой комплекс туристских услуг, работ, сопровождающих процесс потребления туристских услуг и товаров, где туристские услуги - это услуги туроператоров и турагентов, транспорта, предприятий гостеприимства, питания, индустрии досуга, а также услуги особого рода (лечение, обучение и пр.) В качестве работ, сопровождающих процесс потребления туристских услуг, выступают услуги финансовой и банковской сферы, информационных систем, страхования, охраны и пр. [18] В свою очередь товары являются необходимым элементом, так как позволяют дополнить основной продукт, это в первую очередь сувениры, товары народных промыслов, еда, напитки, курортные товары и пр. Туристский продукт территории приносит экономические выгоды только если он востребован потребителями, так как формирование и продвижение продукта требует вложение средств от всех субъектов, прямо или опосредованно участвующих в экономических отношениях, следовательно, невостребованный туристский продукт приносит убытки всем хозяйствующим субъектам, в том числе и государству. На рис. 1.1. графически представлена структура территориального туристского продукта. Рис.1.1. Структура территориального туристского продукта. Туристский продукт региона - это результат усилий многих предприятий. Маркетинг в туризме как раз нацелен на изучение совокупного продукта

различных сфер деятельности. Сюда добавляются также информационные связи, необходимые для поиска компромисса между лучшим удовлетворением запросов потребителей и получением большой прибыли производителями. [12] Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. Туристский продукт одновременно представляет собой совокупность весьма сложных разнородных элементов: природные ресурсы (воздух, вода, солнце, ландшафт и пр.), исторические, культурные, архитектурные достопримечательности, которые могут привлечь туристов и побудить его совершить путешествие; оборудование (средства размещения туристов, рестораны, оборудование для отдыха, занятий спортом и т. д.), которое само по себе не является фактором, влияющим на мотивацию путешествия, но при его отсутствии возникают многочисленные препятствия возможному путешествию; возможности передвижения, которые в определенной мере зависят от моды на различные виды транспорта, используемые туристами. Такие возможности оцениваются, скорее всего, с точки зрения их экономической доступности, чем с точки зрения быстроты передвижения. [12] Туристский продукт - «это любая услуга, удовлетворяющая потребности туристов во время путешествий и подлежащая оплате с их стороны». [12] По аналогии с товарами, имеющими материально-вещественную форму, в туристском продукте можно выделить три уровня (рис.1.2.): - продукт по замыслу; - продукт в реальном исполнении; - продукт с подкреплением.

Рис.1.2. Три уровня туристского продукта Источник: [Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство. Учебное пособие. - Томск: Издательство ТПУ, 2009. - 152 с.]

В основе любого туристского продукта лежит необходимость удовлетворения какой-либо потребности. Поэтому сердцевину продукта, его сущностную сторону представляет так называемый замысел, то есть его направленность на решение определенной проблемы, удовлетворение конкретной нужды. Если замысел туристского продукта выступает как его содержательная сторона, то по форме туристский продукт в реальном исполнении представляет собой именно определенный набор возможностей, позволяющих удовлетворить некую потребность клиента. Поэтому на втором уровне туристского продукта рассматриваются его свойства и характеристики: уровень качества, комфорт, престиж, экономичность, безопасность, впечатления и т. д. Третий уровень - это туристский продукт с подкреплением. Деятельность туристского предприятия должна быть направлена на формирование дружеских отношений с клиентом, оказания ему всесторонней помощи, дополнительных и символических выгод. Это может быть достигнуто путем высокого уровня качества и скорости обслуживания, консультациями и информацией, неформальным общением и т. д. [12] Туристскому продукту, наряду с общими специфическими характеристиками услуг, присущи свои отличительные особенности: . Это комплекс услуг и товаров, характеризуемый сложной системой взаимоотношений между различными компонентами. . Спрос на туристские услуги чрезвычайно эластичен по отношению к уровню дохода и ценам, но во многом зависит от политических и социальных условий. . Потребитель, как правило, не может увидеть турпродукт до его потребления, а само потребление в большинстве случаев осуществляется непосредственно на месте производства туристской услуги. . Потребитель преодолевает расстояние, отделяющее его от продукта и места потребления, а не наоборот. . Турпродукт зависит от таких переменных, как пространство и время, для него характерны колебания спроса. . Туристский продукт создается усилиями многих предприятий, каждое из которых имеет собственные методы работы, специфические потребности и различные коммерческие цели. . Не может быть достигнуто высокое качество туристских услуг при наличии даже незначительных недостатков, поскольку обслуживание туристов состоит из этих самых мелочей и мелких деталей. . На качество туристских услуг оказывают воздействие внешние факторы, имеющие форс-мажорный характер (природные условия, погода, политика в области туризма, международные события и т.д.). Эти специфические особенности туристского продукта оказывают существенное влияние на маркетинг в туризме.

1.3 Комплексный подход к формированию и продвижению регионального турпродукта

Планирование и практическое осуществление маркетинговой деятельности опирается на комплекс маркетинга, который

среди зарубежных исследователей называется принципом «Четырех Пи» или marketing-mix - маркетинговая смесь или комплекс маркетинга. Комплекс маркетинга - это набор поддающихся контролю функций маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желаемую ответную реакцию со стороны целевого рынка. Четырьмя «китами» маркетинга территорий выступают: . Территориальный продукт - ассортимент, количество и качество ресурсов территории, востребуемых ее потребителями: географическое положение, население (персонал), качество жизни, инфраструктура, способность работать с высокими технологиями, сырьевые ресурсы, уровень деловой активности, доступ к «дешевым» деньгам, уровень развития сферы поддержки бизнеса, рекламного рынка, аудита, public relations и т.д.; . Цена территориального продукта - это затраты, которые несут потребители услуг территории. Для жителей это стоимость жизни, уровень доходов и социальных льгот, стоимость конкретных товаров и услуг на территории; для туристов - стоимость путевок, величина суточных карманных расходов; для корпоративных потребителей на предварительном этапе - это транспортные расходы, питание и проживание групп экспертов и руководителей компании, время и усилия, нужные для получения необходимой информации, стоимость проекта в части стройматериалов и оборудования, подготовка площадки, строительство и т.д. Особую роль играют налоговые льготы и освобождения, правила раздела продукции и вывоза прибыли и др., а также степень комфортности пребывания компании в городе;

Источник: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=659532>

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие факторы и условия влияют на оценку туристических ресурсов территории?
2. Каким образом проводится оценка потенциала туристических ресурсов территории?
3. Какие методы используются для оценки конкурентоспособности территории в туристической индустрии?
4. Какие преимущества и недостатки имеет оценка туристических ресурсов территории?
5. Какие рекомендации можно дать для улучшения оценки туристических ресурсов и конкурентоспособности территории?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма.

Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

-Определить основные туристические ресурсы территории и их потенциал для развития туризма.

- Изучить факторы, влияющие на развитие туризма на территории, и оценить их влияние на конкурентоспособность территории.

- Определить сильные и слабые стороны туристической инфраструктуры территории и предложить меры по ее улучшению.

- Изучить потенциал территории для развития различных видов туризма и определить наиболее перспективные направления.

- Разработать стратегию развития туризма на территории, учитывая ее потенциал, конкурентоспособность и факторы, влияющие на развитие туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
-------	---------------------	----------------------------

1	Учение о географических системах. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма. Концепции производственных циклов. Концепции ресурсных циклов. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Теория географического положения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Концепция ресурсного потенциала. Теория географического разделения труда. Теория о территориально-производственном комплексе. Концепция кластеров. Концепция опорного каркаса территории. Теория штандрота. Теория районирования. Теория зонирования. Концепция поляризованного ландшафта.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Концепция природных рубежей контрастности. Теория «Центр-Периферия». Концепция цикличности рекреационной деятельности человека. Теория регионализма. Маршрутные концепции. Формы территориальной организации туризма: ореал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Туристское районирование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Территориальные системы рекреации и туризма: понятие и сущность. В отечественной рекреационной географии обоснована теория территориальных рекреационных систем как предмет научного исследования и одна из основных форм организации отдыха и туризма. Вся система понятий этого научного направления базировалась на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности туриста. На этой методологической основе были разработаны принципы оценки рекреационного спроса, природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие рекреационных районов.

Основы этой теории появились еще в дорыночную эпоху России. Этим объясняется слабость экономических и управленческих аспектов туризма. Недоработанными оказались многие прикладные вопросы организации и информации в области туризма и рекреации. Существует большое количество определений данных понятий. Учение о рекреационных системах, разработанное профессором В. С. Преображенским еще в 1960-х гг., было центральным во всех научных исследованиях, посвященных такому многогранному явлению, как рекреация.

При этом понятие «рекреационная система» для подобного рода исследований считается базисным. Рекреационная система - сложная социально управляемая (частично самоуправляемая) система, центральная подсистема которой субъекты туризма, а целевая функция наиболее полное удовлетворение их рекреационных потребностей.

Рекреационная система состоит из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, туристов, природных комплексов, материальной базы и рекреационной инфраструктуры, обслуживающего персонала и органа управления. Природный комплекс- взаимосвязанное и

взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений выступает не только как ресурс, но и условие удовлетворения рекреационных потребностей людей. Специфическими характеристиками природных комплексов считаются их емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие, привлекательность. Группа отдыхающих характеризуется параметрами поведения, описываемыми с помощью циклов рекреационных занятий. Отношения с другими подсистемами дифференцируются в зависимости от социальной, возрастной, психологической, национальной, профессиональной, региональной и индивидуальной избирательности определенных групп людей, условий и ресурсов туризма.

Технические системы обеспечивают обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала и удовлетворяют специфические туристские потребности туристов. Обслуживающий персонал с помощью технических систем производит, собирает, сохраняет и доставляет отдыхающим комплекс услуг, удаляет и утилизирует отходы. Орган управления сопоставляет информацию о мере удовлетворения потребностей туристов с информацией о состоянии других подсистем, материальных и финансовых резервов, принимает хозяйственные решения.

Свой взгляд на особенности структуры рекреационной системы предлагают Л. Г. Лукьянова и В. И. Цыбух.

У территориальной рекреационной системы отношения между элементами опосредованы территорией. К одному из основных типов территориальных рекреационных систем относятся агломерации, возникающие на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населенные пункты.

Туристские агломерации отличаются высшей степенью концентрации объектов индустрии туризма, а также большой плотностью туристов и экскурсантов и высокой степенью комплексности и интеграции индустрии туризма; оказывают значительное влияние на окружающую территорию, видоизменяя ее экономическую структуру и социальные аспекты жизни населения. Примеры туристских агломераций: Сочи, Лазурный Берег, Балеарские, Канарские, Сейшельские острова, Кавказские Минеральные Воды, Коста-Брава, Коста-дель-Соль, Долина Луары, Иль-де-Франс, Майами, Акапулько, Калифорнийское побережье и т. д.

Классическое определение принадлежит автору учения о территориальной рекреационной системе (ТРС) В. С. Преображенскому. Он определил территориальную рекреационную систему как социальную географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и отдыхающих, характеризующуюся функциональной и территориальной целостностью. Он первым представил графическое выражение своих идей базисную модель рекреационной системы.

Несколько отличное определение дает Т. В. Николаенко. Территориальная рекреационная система форма организации рекреационной деятельности на определенной территории, благодаря которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории. Фактически ТРС как форма организации рекреационной деятельности явление крайне редкое, но очень важное для интенсивного освоения определенной территории. Создание на интересующей территории ТРС гарантирует

максимальную рекреационную освоенность в минимальные сроки. В целом же ТРС лишь крайняя форма территориальной организации рекреации. В большинстве случаев освоение территории в рекреационных целях не достигает подобного уровня.

Основные подсистемы территориальных систем рекреации и туризма. Целостность системы определяется ее функциями в жизни человека, группы, общества, положением в социально-экономической и демоэкологической суперсистеме. Системообразующей связью выступает рекреационная деятельность как отдыхающих, так и организаторов отдыха. Рассмотрим теперь подсистемы рекреационной системы более подробно.

Отдыхающие. Центральный элемент рекреационной системы, определяющий сам факт ее возникновения и развития. С позиций социологии и экологии это событийная группа, т. е. обязанная своим существованием некоторому событию в данном случае возникновению свободного от непреложных занятий времени. На характер потребностей, избирательность к видам, формам и условиям рекреационной деятельности влияют принадлежность человека к определенной социальной и национально-этнической группе, его культурная ориентация, условия и образ жизни, предшествующий опыт рекреационной деятельности, имеющаяся информация о возможностях удовлетворения потребностей и реальная (доступная) сеть рекреационных учреждений и мест отдыха.

В последнее время внимание привлекается не только к социопсихологическим и культурно-психологическим, но и к группам, выделяющимся по специфике темперамента, мобильности психики. В этом видится стремление приблизиться к самой личности отдыхающих. Предложены десятки классификаций подобных групп. Так, в типологии, разработанной У. Шелдоном, учитываются взаимосвязи людей с природой. Им выделены следующие типы:

Таким образом, подсистему «отдыхающие» составляет множество гетерогенных групп, отличающихся как потребностями, так и ценностными установками их удовлетворения, различным восприятием элементов других подсистем и других групп отдыхающих.

Важнейшими общими чертами группы отдыхающих выступают избирательность, способность к адаптации, самоорганизация. Избирательность определяется как формирование отдыхающими своего отношения к другим подсистемам и малым группам самой подсистемы на основе не просто информации, а оценочных суждений в обстоятельствах гораздо большей свободы выбора, чем в условиях труда. Основу этого свойства составляет различие требований к условиям деятельности. Адаптацией называют процесс приспособления к изменяющимся свойствам каждой из подсистем, их комбинациям с помощью психофизиологических, поведенческих и социокультурных механизмов. Одно из свойств подсистемы «отдыхающие» тенденция к самоорганизации малых партнерских групп, выступающих ячейками самоорганизованной деятельности, которая по мере развития рекреационной культуры населения и совершенствования рекреационных систем получает возможность проявляться все в большей мере.

Природные и культурные комплексы. Они в рекреационной системе характеризуются, прежде всего, мерой соответствия потребностям отдыхающих (комфортностью и привлекательностью) и потребностям органа управления пространственной и временной емкостью, надежностью.

Если первая наиболее тесно связана с климатическими условиями, то вторая во многом определяется характером открытости или закрытости пейзажей, ощущением тесноты от скопления людей или, наоборот, одиночества, сенсорной избыточности или недостаточности, темпа смены впечатлений, звуковой насыщенности и др. Надежность – способность безотказно удовлетворять потребности. Понятие это охватывает как устойчивость комфортных погод, так и возможность посещения культурного комплекса в любое удобное для отдыхающих время. В первом приближении могут быть выделены системы, где ведущая роль принадлежит либо природным, либо культурным комплексам. Природные комплексы ведущие при организации курортно-лечебного, оздоровительного и спортивного отдыха. Роль культурных комплексов особенно велика в культурно-познавательном туризме.

Природные комплексы – это целостные сочетания природных компонентов, обеспечивающих осуществление циклов рекреационной деятельности при соответствующей степени комфортности условий отдыха. Природные комплексы составляют одну из самых важных подсистем рекреационной системы, поскольку уже само наличие участка природы с благоприятными климатическими условиями, красивыми пейзажами, разнообразной растительностью и близостью водоема обуславливает возникновение здесь простейшей рекреационной системы (отдыхающие природный комплекс).

В настоящее время роль малоизмененных природных комплексов сократилась, одновременно с этим возросла их ценность. Заметно усилился интерес к созданию и развитию особо охраняемых природных территорий заповедников и особенно национальных парков. Одновременно с этими тенденциями изменяется и характер использования природных комплексов. Этот процесс был прослежен Б. Б. Родоманом, который выделил ряд стадий.

1. Изъятие природных тел из ландшафта в процессе любительских занятий (охоты, рыбной ловли, сбора грибов и ягод).
2. Использование природных факторов без изъятия их из природы (купание, солнечные ванны).
3. Восприятие познавательной и эстетической информации (туризм, прогулки).
4. Передача другим людям своих знаний о природе, ее красоте (организатор туристских групп).

В числе таких же стадий могут быть названы соперничество, стремление людей сохранить наиболее ценные естественные природные биоценозы, благоустроить, восстановить нарушенные участки природы. Таким образом, намечается как бы два типа отношений к природе в рамках рекреационной системы:

- 1) преобразование природы в соответствии с требованиями населения по организации мест массового отдыха, приспособленных для размещения там многочисленного контингента отдыхающих;
- 2) приспособление, адаптация отдыхающих к уже существующим природным комплексам, стремление людей построить свои взаимоотношения с природой на основе сохранения уже сформировавшихся ранее природных комплексов.

Среди важнейших свойств природных комплексов называют, прежде всего, привлекательность, надежность и емкость.

Аттрактивность природных комплексов определяется комфортностью условий отдыха и соответствием их свойств и эстетических качеств определенным технологиям рекреационной деятельности. Комфортность отдыха обусловлена, прежде всего, климатическими и микроклиматическими характеристиками природного комплекса температурным режимом, влажностью и осадками, атмосферным давлением, числом дней солнечного сияния и др. Однако не менее важную роль играют психоэмоциональные характеристики природы. Эстетические свойства природы также влияют на аттрактивность природных комплексов.

Надежность природных комплексов устойчивость к рекреационным нагрузкам, а также их разнообразие, поскольку это дает возможность отдыхающим менять характер использования этого комплекса, предопределяет лабильность их поведения. Устойчивость природных комплексов объясняется их возможностями противостоять различным воздействиям природным и антропогенным.

Емкость природных комплексов определяется как способность территории вмещать определенное количество туристов и рекреантов, при котором не происходит нарушения экологического равновесия. Емкость может быть как нормативной, так и предельно допустимой (критической).

Культурные комплексы □□□□ сочетание объектов материальной и духовной культуры. Среди них и искусственные сооружения, и сами люди с их языком, обычаями, традициями, обрядами. Когда говорят о крупном территориально-культурном комплексе, имеют в виду не только архитектурные ансамбли, но и всю социокультурную среду, традиции и обычаи, сохранившиеся в народе, особенности его быта и хозяйственной деятельности. Культурные комплексы обеспечивают реализацию многих функций, необходимых для нормального функционирования рекреационной системы. Они создают возможность более эффективного оздоровления и курортного лечения, повышая эстетическую ценность среды, ее разнообразие, делают ее более аттрактивной для отдыхающих. Особенно велико их значение в удовлетворении познавательных потребностей людей.

Технические комплексы. Технические подсистемы призваны облегчить отдыхающим доступ и адаптацию к природным комплексам, увеличить надежность их функционирования. Они служат также адаптирующими средствами, удовлетворяющими потребности отдыхающих и обслуживающего персонала. Развитие природно-технических и технических систем, совершенствование технических устройств, облегчающих труд обслуживающего персонала, создает новые возможности для включения в рекреационные системы новейших элементов, природных и культурных компонентов, позволяют обеспечить их лучшую доступность и сохранность.

Среди наиболее важных свойств технических подсистем отметим надежность, экологичность. Надежность технических сооружений определяется их возможностями противостоять процессам, ведущим к физическому и моральному износу, снижению комфортности условий отдыха. Они должны обладать определенным запасом прочности, защищающим их от разрушительных функциональных перегрузок. Особо место занимает безотказность и безаварийность работы систем энерго- и водоснабжения, очистных сооружений и канализационных сетей, систем обеспечения минеральной водой. Поскольку свойства природных и культурных комплексов выступают важными системообразующими факторами, не меньшее внимание при создании и функционировании технических подсистем должно быть уделено усилиям по сохранению окружающей среды (экологичность).

Обслуживающий персонал. Роль обслуживающего персонала в системе определяется тем, что он обеспечивает взаимосвязь отдыхающих с природными и культурными комплексами, техническими системами, а также общение их между собой. Этим понятием охватывается широкая группа людей, занятых как непосредственно бытовым, медицинским, культурным, транспортным обслуживанием отдыхающих, так и эксплуатацией технических сооружений, природных и культурных комплексов.

И. В. Зорин установил, что в крупных развитых системах проявляется своеобразное эшелонирование этой группы. Каждый эшелон характеризует меру близости обслуживающего персонала к отдыхающим. Так, первый эшелон, или контактную группу, образуют лица, которые в силу своих обязанностей непосредственно контактируют с отдыхающими. Второй эшелон состоит из рабочих и служащих, обеспечивающих деятельность технической подсистемы, природных и культурных комплексов в пределах предприятий отдыха. Третий эшелон составляют работники общекурортных служб, обеспечивающие прямые потребности предприятий отдыха. Следующие эшелоны формируются работниками, оказывающими услуги обслуживающему персоналу.

Орган управления. Обозначенный этим понятием элемент рекреационной системы, как и любой орган управления, должен обеспечить: сохранение структуры системы, поддержание режима ее деятельности, реализацию целей, общих функций системы. В сфере рекреационной и туристской деятельности имеется как минимум два уровня управления.

Первый из управление, расположенное как бы вне конкретной системы. Оно составляет элемент суперсистемы, т. е. формирует рекреационную политику региона, изучает потребности, планирует, проектирует и принимает решения о создании или развитии конкретных рекреационных систем, управляет потоками отдыхающих, согласует рекреационную с другими видами деятельности. К этой системе относятся законодательные органы, разрабатывающие общую стратегию туристско-рекреационного обеспечения населения, туристско-рекреационную политику как часть общей социальной политики.

Источник: <https://intuit.ru/studies/courses/3553/795/lecture/30442>

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие базовые учения и концепции лежат в основе территориальной организации туризма?
2. Какие принципы территориальной организации туризма помогают обеспечить устойчивое развитие туризма?
3. Какие методы и инструменты используются для организации туризма на территориальном уровне?
4. Какие проблемы могут возникнуть при организации туризма на территориальном уровне и как их можно решить?
5. Какие перспективы развития территориальной организации туризма существуют в настоящее время?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма.
Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

1. Уяснить различных форм территориальной организации туризма и их особенностей.

2. Ознакомиться с примерами успешной реализации различных форм территориальной организации туризма.

3. Исследовать преимуществ и недостатков различных форм территориальной организации туризма.

4. Разработать стратегии территориальной организации туризма на конкретном примере.

5. Оценить эффективности выбранной формы территориальной организации туризма и ее влияния на развитие туризма в регионе.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Туристский центр. Туристская дестинация. Туристский комплекс. Туристский кластер. Кластерная политика	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Формирование туристских кластеров. Мастер-план туристско-рекреационного кластера.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Управление территориальной организацией туристских потоков. Стратегии и тактики управления туристскими потоками	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Учение о территориальных рекреационных системах. Инфраструктурная составляющая рекреационной деятельности

Рекреационные и территориальные рекреационные системы

В отечественной рекреационной географии обоснована теория территориальных рекреационных систем как предмета научного исследования и одной из основных форм организации отдыха и туризма. Вся система понятий этого научного направления базировалась на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности туриста. На этой методологической основе были разработаны принципы оценки рекреационного спроса, природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие рекреационных районов.

Основы этой теории были разработаны еще в дорыночную эпоху России. Этим объясняется недостаточная разработанность экономических и управленческих аспектов туризма. Достаточно слабо оказались разработанными многие прикладные вопросы организации и информации в области туризма и рекреации.

Существует большое количество определений данных понятий. Учение о рекреационных системах, разработанное профессором В.С. Преображенским еще в 60-х годах XX века, было центральным во всех научных исследованиях, посвященных такому многогранному явлению, как рекреация.

При этом базисным понятием для подобного рода исследований является понятие «рекреационная система».

Рекреационная система – сложная социально управляемая (частично самоуправляемая) система, центральной подсистемой которой являются субъекты туризма, а целевой функцией – наиболее полное удовлетворение их рекреационных потребностей (И.В. Зорин, В.А. Квартальной).

Рекреационная система состоит из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, туристов, природных комплексов, материальной базы и рекреационной инфраструктуры, обслуживающего персонала и органа управления.

Природный комплекс – взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений – выступает не только как ресурс, но и как условие удовлетворения рекреационных потребностей людей. Специфическими характеристиками природных комплексов являются их емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие, привлекательность.

Группа отдыхающих характеризуется параметрами поведения, описываемыми с помощью циклов рекреационных занятий. Отношения с другими подсистемами дифференцируются в зависимости от социальной, возрастной, психологической, национальной, профессиональной, региональной и индивидуальной избирательности определенных групп людей, условий и ресурсов рекреации.

Технические системы обеспечивают обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала и удовлетворяют специфические рекреационные потребности туристов.

Обслуживающий персонал с помощью технических систем производит, собирает, сохраняет и доставляет отдыхающим комплекс услуг, удаляет и утилизирует отходы.

Орган управления сопоставляет информацию о мере удовлетворения потребностей туристов с информацией о состоянии других подсистем и о наличии материальных и финансовых резервов, принимает хозяйственные решения.

Помимо субстрата рекреационной системы исследователи рекреации в большей степени интересуют отношения между элементами и свойства рекреационной системы, такие, как взаимодействие – всеобщая форма связи подсистем рекреационной системы, предметов, явлений объективной действительности, которая проявляется в том, что изменение одного объекта вызывает изменение другого. Наиболее значимые при исследовании виды

взаимодействия: культурное, межличностное, социальное, социально-политическое, экономическое.

В рекреационной системе важно учитывать такие свойства, как целостность, динамичность, надежность, эффективность, иерархичность и т.д. Оценка эффективности функционирования рекреационной системы может производиться по двум критериям: внешнему и внутреннему. Внутренний критерий может быть по содержанию социальным (уровень удовлетворения потребностей, удовлетворенность отдыхом); экономическим (максимизация прибыли); социально-экономическим (удовлетворение спроса).

Согласно мнению авторов приведенного выше определения понятия «рекреационная система», к территориальной рекреационной системе относится рекреационная система, у которой отношения между элементами опосредованы территорией. К одному из основных типов рекреационных систем относятся агломерации.

Агломерация – тип территориальной рекреационной системы, возникающей на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населенные пункты.

Туристские агломерации отличаются высшей степенью концентрации объектов индустрии туризма, а также высокой плотностью туристов и экскурсантов и высокой степенью комплексности и интеграции индустрии туризма; оказывают значительное влияние на окружающую территорию, видоизменяя ее экономическую структуру и социальные аспекты жизни населения. Примеры туристских агломераций: Сочи, Лазурный Берег, Балеарские, Канарские, Сейшельские и пр. острова, Кавказские Минеральные Воды, Коста-Брава, Коста-дель-Соль, Долина Луары, Иль-де-Франс, Майами, Акапулько, Калифорнийское побережье и т.д.

Любые сложные рекреационные системы имеют и соответствующие типы структуры. Выделяют два основных типа структур – иерархический и территориальный.

Иерархическая структура характерна для сложной рекреационной системы, в которой существует разделение множества составляющих ее элементов на подмножества разных уровней – подсистемы, обладающие свойством целостности, определенной степенью саморегулирования и связанные многоступенчатыми отношениями подчинения подсистем одних уровней другим – более высоким.

Территориальная структура представляет собой совокупность территориальных связей между элементами системы. Территориальная структура реализуется в туризме как совокупность территориальных связей между подсистемами рекреационной системы. К территориальной структуре, например, относятся: планировочная структура курорта; территориальная структура туристских потоков; территориальная организация рекреационной деятельности; территориальная организация туристского обслуживания; территориальная структура туристского спроса; территориальная структура туристского рынка и т.д.

Выделяют также и некоторые разновидности композиционных элементов рекреационных систем, к которым относятся, в частности, такие компоненты как субстрат, элемент и структурный элемент рекреационной системы. Под субстратом понимается каркас рекреационной системы, обязательный набор ее подсистем, составляющий основу ее функционирования. Элементом рекреационной системы является объект, принимаемый единым, неразложимым в данном конкретном исследовании, часть системы, выполняющая в ней определенную функцию. В рекреационных системах за элементы принимаются: турист,

рекреационное занятие, служащий туристской организации, ландшафт, гостиничный номер и т.д. Структурным элементом называется компонент рекреационной системы, который выполняет определенную функцию.

Классическое определение принадлежит автору учения о ТРС В.С. Преображенскому. Он определил территориальную рекреационную систему как социальную географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и отдыхающих (рекреантов), характеризующуюся функциональной и территориальной целостностью.

Точка зрения. Несколько отличное определение ТРС дает Т.В. Николаенко. Территориальная рекреационная система – форма организации рекреационной деятельности на определенной территории, в рамках которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории.

Фактически ТРС как форма организации рекреационной деятельности – явление крайне редкое, но исключительно важное для интенсивного освоения определенной территории. Создание на интересующей территории ТРС гарантирует максимальную рекреационную освоенность в минимальные сроки. В целом же ТРС – лишь крайняя форма территориальной организации рекреации. В большинстве случаев освоение территории в рекреационных целях не достигает подобного уровня (Т.В. Николаенко, 1998).

Основные подсистемы территориальных рекреационных систем

Целостность системы определяется ее функциями в жизни человека, группы, общества, положением в социально-экономической и демоэкологической суперсистеме. Системообразующей связью выступает рекреационная деятельность – как отдыхающих, так и организаторов отдыха. Только она связывает воедино весьма различные по своему генезису и субстрату подсистемы. Одной из своеобразных черт этой связи является цикличность. Вместе с тем формирование и функционирование системы зависит и от множества других связей, возникающих между подсистемами и определяющих их свойства.

Рассмотрим теперь подсистемы рекреационной системы более подробно.

ОТДЫХАЮЩИЕ

Отдыхающие – центральный элемент рекреационной системы, определяющий сам факт ее возникновения и развития. С позиций социологии и экологии это событийная группа, т.е. обязанная своим существованием некоторому событию – в данном случае возникновению свободного от непреложных занятий времени.

По мере развития систем рекреационного обслуживания и углубления знаний о рекреационной деятельности возрастала потребность в еще более углубленном изучении отдыхающих. Было обращено внимание на то, что на характер потребностей, избирательность к видам, формам и условиям рекреационной деятельности влияют принадлежность человека к определенной социальной и национально-этнической группе, его культурная ориентация, условия и образ жизни, предшествующий опыт рекреационной деятельности, имеющаяся информация о возможностях удовлетворения потребностей и реальная (доступная) сеть рекреационных учреждений и мест отдыха.

В последнее время внимание привлекается не только к социопсихологическим и культурно-психологическим группам, но и к группам, выделяющимся по специфике темперамента, мобильности психики. В этом видится стремление приблизиться к самой личности отдыхающих. Предложены десятки классификаций подобных групп. Так, в типологии, разработанной У. Шелдоном, учитываются взаимосвязи людей с природой. Им выделены следующие типы:

♦ Эктоморфный тип – отличается стремлением сосредоточиться на своем внутреннем состоянии, воспринимать окружающий мир исходя из своего настроения, а не таким, каким он является на самом деле,

♦ Мезоморфный тип – характеризуется любовью к природе как источнику оптимизма, месту деятельности. Для них природа – объект воздействия,

♦ Эндоморфный тип – тип релаксирующий, чувственный, открытый для восприятия природы, чувствующий ее нюансы – физические и эстетические.

Характеристики групп отдыхающих не являются чем-то стабильным. Они меняются по мере изменения общества. В частности, рост подвижности населения в результате развития транспорта, расширения возможностей выбора видов, форм и условий рекреационной деятельности, естественно, должны расширить возможности удовлетворения потребностей людей типа «спринтеров» или «бегущих лошадей». Вместе с тем наличие стабильной группы типа «стайеров» или «черепаш» предопределяет определенный консерватизм поведения массы отдыхающих.

Таким образом, подсистему «отдыхающие» составляет множество гетерогенных групп, отличающихся как потребностями, так и ценностными установками в рамках их удовлетворения, различным восприятием элементов других подсистем и других групп отдыхающих.

Важнейшими общими чертами группы отдыхающих выступают избирательность, способность к адаптации, самоорганизация.

Избирательность определяется как формирование отдыхающими своего отношения к другим подсистемам и к другим малым группам самой подсистемы на основе не просто информации, а оценочных суждений в условиях более высокой, чем в условиях труда, свободы выбора. Основу этого свойства составляет различие требований к условиям деятельности.

Адаптацией называют процесс приспособления к изменяющимся свойствам каждой из подсистем системы и к их комбинациям с помощью психофизиологических, поведенческих и социокультурных механизмов. Адаптационные возможности человека играют особо важную роль в организации рекреационной деятельности, поскольку сама суть этой деятельности заключается в стремлении к перемене мест и посещению районов, обладающих иными, чем место проживания, природными и климатическими условиями.

Одним из свойств подсистемы «отдыхающие» выступает тенденция к самоорганизации малых партнерских групп, выступающих ячейками самоорганизации деятельности, которая по мере развития рекреационной культуры населения и совершенствования рекреационных систем получает возможность проявляться все в большей мере.

Рекреационная самоорганизация населения сопряжена с высокой значимостью характерного времени, связанного с физиологическими и психическими возможностями осуществления тех или иных занятий, реагировать на определенные характеристики внешней среды с наличием жизненного пути отдыхающих, фиксирующего существенные различия в характере рекреационных потребностей на разных этапах жизни одного и того же человека, отражающихся в активности поведения, в дальности рекреационных поездок, в разнообразии видов и мест отдыха.

ПРИРОДНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

Природные и культурно-исторические комплексы в рекреационной системе характеризуются прежде всего мерой соответствия потребностям отдыхающих (комфортностью и привлекательностью) и потребностям органа управления – пространственной и временной емкостью и надежностью.

Комфортность физиологическая и психофизиологическая. Если первая наиболее тесно связана с климатическими условиями, то вторая во многом определяется характером открытости или закрытости пейзажей, ощущением тесноты от скопления людей или, наоборот, одиночества, сенсорной избыточности или недостаточности, темпа смены впечатлений, звуковой насыщенности и др.

Надежность – способность безотказно удовлетворять потребности. Понятие это охватывает как устойчивость комфортных погод, так и возможность посещения культурного комплекса в любое удобное для отдыхающих время.

В первом приближении могут быть выделены системы, в которых ведущая роль принадлежит либо природным, либо культурным комплексам. Примером первых могут служить бальнеологические курорты, примером вторых – известные города (Москва, Санкт-Петербург, Рим, Венеция, Нью-Йорк и др.). Природные комплексы являются ведущими при организации курортно-лечебного, оздоровительного и спортивного отдыха. Роль культурных комплексов особенно велика в культурно-познавательном туризме.

Природные комплексы. В качестве природных комплексов рассматриваются целостные сочетания природных компонентов, обеспечивающие осуществление циклов рекреационной деятельности при соответствующей степени комфортности условий отдыха.

Природные комплексы составляют одну из самых важных подсистем рекреационной системы, поскольку уже само наличие участка природы с благоприятными климатическими условиями, красивыми пейзажами, разнообразной растительностью и близостью водоема обуславливает возникновение здесь

простейшей рекреационной системы (отдыхающие – природный комплекс). В настоящее время природные комплексы почти всегда включают в себя и искусственные образования и элементы. Вместе с тем роль природных комплексов в рекреационных системах остается весьма существенной.

Характеризуя такие места отдыха как ценные в рекреационном отношении, мы подчеркиваем, прежде всего, чистоту воздуха и воды, красоту и уникальность пейзажей, роль лечебно-терапевтических факторов, богатство ягодных и грибных угодий, разнообразие фауны и флоры. В настоящее время роль малоизмененных природных комплексов сократилась, одновременно с этим возросла их ценность. Заметно усилился интерес к созданию и развитию особо охраняемых природных территорий – заповедников и особенно

национальных парков. Одновременно с этими тенденциями изменяется и характер использования природных комплексов. Этот процесс был прослежен Б.Б. Родоманом, выделившим ряд стадий:

1. Изъятие природных тел из ландшафта в процессе любительских занятий (охоты, рыбной ловли, сбора грибов и ягод).
2. Использование природных факторов без изъятия их из природы (купание, солнечные ванны).
3. Восприятие познавательной и эстетической информации (туризм, прогулки).
4. Передача другим людям своих знаний о природе, ее красоте (организатор туристских групп).

В числе таких же стадий могут быть названы сопереживание, стремление людей сохранить наиболее ценные естественные природные биоценозы, благоустроить, восстановить разрушенные участки природы.

Таким образом, намечается как бы два типа отношений к природе в рамках рекреационной системы:

- 1) преобразование природы в соответствии с требованиями населения по организации мест массового отдыха, приспособленных для размещения там многочисленного контингента отдыхающих;
- 2) приспособление, адаптация отдыхающих к уже существующим природным комплексам, стремление людей построить свои взаимоотношения с природой на основе сохранения уже сформировавшихся ранее природных комплексов.

Среди важнейших свойств природных комплексов как подсистем рекреационной системы называют прежде всего аттрактивность, надежность и емкость.

Аттрактивность природных комплексов определяется комфортностью условий отдыха и соответствием между свойствами природного комплекса и технологией рекреационной деятельности их эстетическими качествами. Комфортность отдыха обусловлена прежде всего климатическими и микроклиматическими характеристиками природного комплекса – температурным режимом, режимом влажности и осадков, атмосферным давлением, числом дней солнечного сияния и др. Однако не менее важную роль играют психологические эмоциональные характеристики природы. Привлекательность природных комплексов тесно связана с технологией отдыха, стремлением людей выбрать именно такие сочетания природных элементов, которые в наибольшей степени соответствуют требованиям тех или иных циклов занятий.

Эстетические свойства природы также влияют на аттрактивность природных комплексов. При этом следует иметь в виду, что эстетическая оценка любых объектов во многом субъективна и зависит от самого субъекта – его культуры, происхождения, традиционной среды жизнедеятельности.

Надежность природных комплексов определяется прежде всего их устойчивостью к рекреационным нагрузкам, а также их разнообразием, поскольку это дает возможность

отдыхающим менять характер использования этого комплекса, предопределяет лабильность их поведения.

Устойчивость природных комплексов объясняется их возможностями противостоять различным воздействиям – природным и антропогенным. Наиболее хорошо изучена устойчивость природных комплексов как прогулочных угодий, что нашло отражение в представлении об их рекреационной дигрессии.

Надежность природных комплексов во многом зависит от разнообразия входящих в него компонентов, предопределяющих возможность продолжения рекреационного природопользования при смене занятий. В этом случае исчезновение того или иного природного компонента не приведет к полному прекращению рекреационного использования природного комплекса, поскольку всегда возможно сориентировать отдыхающего на другой вид деятельности.

Культурные комплексы. Это сочетание объектов материальной и духовной культуры. Среди них и искусственные сооружения, и сами люди с их языком, обычаями, традициями, обрядами и др. Когда говорят о крупном территориальном культурном комплексе, имеют в виду не только архитектурные ансамбли, но и всю социокультурную среду, традиции и обычаи, сохранившиеся в народе, особенности его быта и хозяйственной деятельности.

Культурные комплексы обеспечивают реализацию многих функций, необходимых для нормального функционирования рекреационной системы. Они создают возможность более эффективного оздоровления и курортного лечения, повышая эстетическую ценность среды, ее разнообразие, делают ее более привлекательной для отдыхающих. Особенно велико их значение в удовлетворении познавательных потребностей людей. В зависимости от ценности, устойчивости и емкости культурного комплекса формируются требования к другим подсистемам рекреационной системы, в частности, к численности групп отдыхающих, мощности инженерных сооружений, продолжительности функционирования систем и др.

Культурные комплексы, как и природные, входят в рекреационную систему в виде целостного образования. Вместе с тем в них можно выделить и отдельные объекты или элементы, выполняющие разные функции. Среди них объекты познавательного туризма и экскурсий, элементы социально-культурной инфраструктуры. Ведущую роль в организации познавательного туризма играют культурно-исторические памятники, производственные предприятия, уникальные инженерные сооружения, городские ансамбли.

Существуют разные подходы и формы включения культурно-исторических памятников в систему рекреационно-туристского обслуживания. Среди наиболее распространенных – организация музеев и экскурсионно-туристских маршрутов. Особый интерес для организаторов туризма представляют крупные комплексы, включающие множество культурных и природных объектов. В качестве таких комплексов выступают исторические города, музеи-заповедники, монастырские комплексы, памятники ландшафтной архитектуры, естественные природные ландшафты, культурные ландшафты, природно-технические системы.

ТЕХНИЧЕСКИЕ КОМПЛЕКСЫ

Технические подсистемы призваны облегчить отдыхающим доступ и адаптацию к природным комплексам, увеличить надежность их функционирования. Они служат также адаптирующими средствами, удовлетворяющими потребности отдыхающих и обслуживающего персонала. Развитие природно-технических и технических систем,

совершенствование технических устройств, облегчающих труд обслуживающего персонала, создает новые возможности для включения в рекреационные системы новейших элементов, природных и культурных компонентов, позволяют обеспечить их лучшую доступность и сохранность.

Набор сооружений и устройств, используемых в рекреационных системах, практически необозрим. По «жесткости» конструкций это могут быть и капитальные строения, и сезонные сооружения. По функциональному назначению среди них встречаются разнообразные элементы инженерной инфраструктуры, элементы благоустройства, корригирующие устройства, спортивные сооружения, культурно-развлекательные учреждения, лечебно-оздоровительная инфраструктура и т.д.

Среди наиболее важных свойств технических подсистем отметим экологичность, надежность.

Надежность технических сооружений определяется их возможностями противостоять процессам, ведущим к физическому и моральному износу, к снижению комфортности условий отдыха. Они должны обладать определенным запасом прочности, защищающим их от разрушительных функциональных перегрузок. Особое место занимает безотказность и безаварийность работы систем энерго- и водоснабжения, очистных сооружений и канализационных сетей, систем обеспечения минеральной водой.

Поскольку свойства природных и культурных комплексов выступают важными системообразующими факторами, не меньшее внимание при создании и функционировании технических подсистем должно быть уделено усилиям по сохранению окружающей среды.

ОБСЛУЖИВАЮЩИЙ ПЕРСОНАЛ

Роль обслуживающего персонала в системе определяется тем, что он обеспечивает взаимосвязь отдыхающих с природными и культурными комплексами, техническими системами, а также общение их между собой. Этим понятием охватывается широкая группа людей, занятых как непосредственно бытовым, медицинским, культурным, транспортным обслуживанием отдыхающих, так и эксплуатацией технических и природно-технических сооружений, природных и культурных комплексов.

И.В. Зорин установил, что в крупных развитых системах проявляется своеобразное эшелонирование этой группы. Каждый эшелон характеризует меру близости обслуживающего персонала к отдыхающим. Так, первый эшелон, или контактную группу, образуют лица, которые в силу своих обязанностей непосредственно контактируют с отдыхающими. Второй эшелон формируют рабочие и служащие, обеспечивающие деятельность технической подсистемы, природных и культурных комплексов в пределах предприятий отдыха. Третий эшелон составляют работники общекурортных служб, обеспечивающие прямые потребности предприятий отдыха. Следующие эшелоны формируются работниками, оказывающими услуги обслуживающему персоналу.

ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ

Обозначенный этим понятием элемент рекреационной системы, как и любой орган управления, должен обеспечивать: сохранение структуры системы, поддержание режима ее деятельности, реализацию целей, общих функций системы.

Следует подчеркнуть, что в сфере рекреационной деятельности имеется, как минимум, два уровня управления. Первый из них – это управление, расположенное как бы вне конкретной системы. Оно составляет элемент суперсистемы – формирует рекреационную политику региона, изучает потребности, планирует, проектирует и принимает решения о создании или развитии конкретных рекреационных систем, управляет потоками отдыхающих, согласует рекреационную деятельность с другими видами деятельности и т.д. К этой системе относятся законодательные органы, разрабатывающие общую стратегию рекреационного обеспечения населения, рекреационную политику как часть общей социальной политики.

Другой характерный уровень – орган управления, входящий в качестве неотъемлемой части в любую конкретную рекреационную систему, обеспечивающий организацию связи между всеми подсистемами и в силу этого – общую устойчивость системы и эффективность выполнения ею своей функции.

Рекреационные объекты и системы: особенности проектирования и строительства

Мировая практика демонстрирует великое множество примеров строительства рекреационных учреждений. Номенклатура типов объектов рекреации (зданий, сооружений и их комплексов) отличается пестротой и разнообразием. Такое разнообразие обусловлено богатством сочетаний различных форм отдыха и структуры контингента отдыхающих.

Типы рекреационных учреждений обычно классифицируют на основе введения ряда различительных признаков, таких как стационарность, сезонность эксплуатации, функциональная специфика, величина. Эти признаки названы у многих авторов и являются основой классификации, представленной в специальной и нормативной литературе.

Один из признаков различия учреждений отдыха – стационарность. Стационарные сооружения – это перемещаемые объекты, к ним принадлежат все капитальные здания, они рассчитаны на постоянную эксплуатацию до момента полной амортизации. Нестационарные сооружения – это те, которые можно перемещать на другое место, к ним относят все транспортабельные сооружения для ночлега и обслуживания отдыхающих: палатки, автоприцепы, сборно-разборные домики и т.п. Нестационарные рекреационные объекты разделяют на стабильные (палатка, домик и пр.) и мобильные (автоприцеп, туристское судно и т.п.).

Другим критерием деления является сезонность эксплуатации, в связи с чем различаются учреждения круглогодичной и сезонной (скажем, только летней или, наоборот, только зимней) эксплуатации. Круглогодичными и сезонными могут быть как стационарные, так и нестационарные объекты.

Стационарные и нестационарные рекреационные здания и устройства в разных своих комбинациях вместе с сопутствующими сооружениями и инженерной инфраструктурой формируют рекреационные комплексы (центры), где концентрируются основные массы отдыхающих. Комплексы, как и отдельные здания и сооружения, могут иметь ту или иную функциональную специализацию. По функциональному профилю следует выделить полифункциональные рекреационные комплексы, в которых совмещены функции курортного лечения и отдыха, или отдыха и туризма, или отдыха взрослых и детей и т.д., и специализированные, где доминирует специализация (например, туристские комплексы, центры детского отдыха, спортивно-рекреационные комплексы, центры курортного лечения).

Следующим критерием деления рекреационных учреждений является их величина, иначе – мощность (вместимость), которая выражается количеством мест ночлега или числом

отдыхающих в пик нагрузки, т.е. в день сезона максимальной загруженности. Величина рекреационного комплекса самым заметным образом влияет как на само построение его структуры, систему обслуживания, организацию транспортной связи, так и на характер и масштабы преобразования природного окружения.

Существуют различные рекомендации по оптимальной величине рекреационных комплексов. Так, для приморских территорий с обширными пространствами акваторий и большими пляжами вместимость рекреационных комплексов принимается в пределах от 2 до 10 тыс. мест. Рекреационные центры, сформированные на основе озер и рек, где рекреационные ресурсы ниже, имеют обычно меньшую вместимость и подразделяются на малые – до 0,5 тыс. мест, средние – 0,5-2,5 тыс. мест, большие – более 2,5 тыс. мест. Для северных районов рекомендуется следующая вместимость рекреационных центров: для центров круглогодичного использования – 2-15 тыс. чел., для центров сезонного (зимнего или летнего) использования – 1-7 тыс. чел., для специализированных центров – 0,5-2 тыс. чел.

Важное значение для определения оптимальной величины рекреационного комплекса имеют экологические и психоэмоциональные факторы отдыха. Формирование рекреационных комплексов с учетом этих факторов сегодня должно рассматриваться как приоритетное направление в пику сложившемуся «экономически рентабельному» подходу, который оборачивается на практике непомерной эксплуатацией рекреационных ресурсов благодаря безоглядным предпринимательским интенциям. Публикуемые в специальной печати рекомендации по величине рекреационных центров с учетом этих факторов противоречивы и требуют уточнения и дополнительных исследований.

Мировой опыт рекреационного строительства демонстрирует примеры возведения как сверхбольших, с очень высокой вместимостью, рекреационных комплексов, так и малых, почти миниатюрных. Например, вместимость крупных комплексов, состоящих из пансионатов и отелей, на приморском побережье Анталы сопоставима по числу отдыхающих в них с численностью населения малого города, а вместимость небольшой конурбации вилл ограничивается несколькими семьями. Ввиду этого допустимо классифицировать рекреационные комплексы по числу отдыхающих на миникомплексы вместимостью до 500 чел., комплексы вместимостью 500-2000 человек, макрокомплексы вместимостью 2000-5000 человек и мегакомплексы вместимостью свыше 5000 человек. Термин «рекреационный центр», который часто можно встретить в литературе в качестве синонима слова «комплекс», относится скорее к макро- и мегакомплексам. Этот термин чаще всего используется авторами для характеристики крупных градостроительных образований, например, таких, как полифункциональные комплексы, специализированные туристские поселки или даже города.

Одной из ведущих тенденций в мировой, в том числе и отечественной практике строительства в последнее время стала тенденция уменьшения популярности больших рекреационных комплексов в пользу малых, в частности таких, как некрупные пансионаты и дома отдыха, туристские базы и приюты, кемпинговые поселки. Это свидетельствует о предпочтительности формирования в сети рекреационных учреждений небольших рекреационных комплексов, соподчиненных по масштабу природному окружению, противопоставленных по своему архитектурному решению мощным центрам отдыха с высокой степенью урбанизации.

Рекреационные комплексы – это не только здания, сооружения, иные искусственно-технические объекты, но и сама территория со всеми особенностями ее природного ландшафта. При этом именно качества ландшафта определяют рекреационные возможности (потенциал) территории и являются побуждающей причиной намерения возведения любого рекреационного устройства.

Здесь обозначается вторая ключевая проблема – проблема выбора места для размещения рекреационного объекта. Местоположению объектов рекреации специалисты придают исключительно важное значение, тем более если речь идет о размещении элитных рекреационных комплексов.

В последнее время проблема оценки территорий для рекреационного использования активно исследуется архитекторами, географами, психологами, специалистами в области туризма и туристского бизнеса, она широко обсуждается в специальной печати. Существуют несколько подходов к оценке, общим для них является то, что все они обращены на детальное изучение тех или иных факторов (ресурсов и условий) рекреационной деятельности. Как правило, оценке подвергаются рельеф, климат, водоемы и водотоки, растительность (древесная растительность обособленно), транспортная доступность, наличие рекреационной инфраструктуры (зданий, комплексов, инженерных систем).

Так, при анализе природных условий СССР для стационарного отдыха оценке подвергались: климат, лесная растительность, водоемы, рельеф, условия познавательного отдыха. К факторам, поддающимся оценке при определении рекреационных свойств территории, некоторые исследователи дополнительно относят традиции рекреационного использования территории, образ жизни населения, а для районов со снежной зимой и горных территорий также высоту снежного покрова (в момент максимального снегонакопления), высоту над уровнем моря, степень лавинной опасности.

Источник:

https://studbooks.net/1797791/geografiya/uchenie_territorialnyh_rekreatsionnyh_sistemah_infrastruktur_naya_sostavlyayuschaya_rekreatsionnoy_deyatelnosti

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие формы территориальной организации туризма существуют и как они различаются?
2. Какие преимущества и недостатки имеют различные формы территориальной организации туризма?
3. Какие факторы влияют на выбор определенной формы территориальной организации туризма?
4. Какие задачи решаются при использовании различных форм территориальной организации туризма?
5. Какие перспективы развития форм территориальной организации туризма в будущем?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА. Тема 3.1. Территориальная туристская система

3. Цели занятия.

1. Исследовать понятие "территориальная туристская система" и ее роли в развитии туризма.
2. Ознакомиться с основными элементами территориальной туристской системы и их взаимодействием.
3. Изучить методов и инструментов анализа и планирования территориальной туристской системы.

4. Разработать стратегии развития территориальной туристской системы на основе анализа ее потенциала и конкурентоспособности.

5. Оценить эффективности реализации стратегии развития территориальной туристской системы и корректировка планов в соответствии с изменениями внешней среды.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Туристская система. Сущность территориальных туристских систем (ТРС), эволюция подходов к исследованию. Матрица связей подсистем ТРС.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Географические элементы туристской системы. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Территориальные системы рекреации и туризма: понятие и сущность. В отечественной рекреационной географии обоснована теория территориальных рекреационных систем как предмет научного исследования и одна из основных форм организации отдыха и туризма. Вся система понятий этого научного направления базировалась на антропоцентрическом характере систем рекреации и туризма, что означает замыкание всех системных связей на потребности туриста. На этой методологической основе были разработаны принципы оценки рекреационного спроса, природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов, инфраструктуры, обеспечивающей функционирование и развитие рекреационных районов.

Основы этой теории появились еще в дореволюционную эпоху России. Этим объясняется слабость экономических и управленческих аспектов туризма. Недоработанными оказались многие прикладные вопросы организации и информации в области туризма и рекреации. Существует большое количество определений данных понятий. Учение о рекреационных системах, разработанное профессором В.С. Преображенским еще в 1960-х гг., было центральным во всех научных исследованиях, посвященных такому многогранному явлению, как рекреация.

При этом понятие "рекреационная система" для подобного рода исследований считается базисным. Рекреационная система - сложная социально управляемая (частично самоуправляемая) система, центральная подсистема которой - субъекты туризма, а целевая функция - наиболее полное удовлетворение их рекреационных потребностей.

Рекреационная система состоит из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, туристов, природных комплексов, материальной базы и рекреационной инфраструктуры,

обслуживающего персонала и органа управления. Природный комплекс - взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание природных объектов и явлений - выступает не только как ресурс, но и условие удовлетворения рекреационных потребностей людей. Специфическими характеристиками природных комплексов считаются их емкость, устойчивость, комфортность, разнообразие, привлекательность. Группа отдыхающих характеризуется параметрами поведения, описываемыми с помощью циклов рекреационных занятий. Отношения с другими подсистемами дифференцируются в зависимости от социальной, возрастной, психологической, национальной, профессиональной, региональной и индивидуальной избирательности определенных групп людей, условий и ресурсов туризма.

Технические системы обеспечивают обычную жизнедеятельность отдыхающих и обслуживающего персонала и удовлетворяют специфические туристские потребности туристов. Обслуживающий персонал с помощью технических систем производит, собирает, сохраняет и доставляет отдыхающим комплекс услуг, удаляет и утилизирует отходы. Орган управления сопоставляет информацию о мере удовлетворения потребностей туристов с информацией о состоянии других подсистем, материальных и финансовых резервов, принимает хозяйственные решения.

Свой взгляд на особенности структуры рекреационной системы предлагают Л.Г. Лукьянова и В.И. Цыбух).[Арефьев В.Е. Введение в туризм. Барнаул: АлтГУ, 2002.]

У территориальной рекреационной системы отношения между элементами опосредованы территорией. К одному из основных типов территориальных рекреационных систем относятся агломерации, возникающие на базе крупного туристского центра с обширной площадью зоны урбанизации, поглощающей смежные населенные пункты.

Туристские агломерации отличаются высшей степенью концентрации объектов индустрии туризма, а также большой плотностью туристов и экскурсантов и высокой степенью комплексности и интеграции индустрии туризма; оказывают значительное влияние на окружающую территорию, видоизменяя ее экономическую структуру и социальные аспекты жизни населения. Примеры туристских агломераций: Сочи, Лазурный Берег, Балеарские, Канарские, Сейшельские острова, Кавказские Минеральные Воды, Коста-Брава, Коста-дель-Соль, Долина Луары, Иль-де-Франс, Майами, Акапулько, Калифорнийское побережье и т. д.

Классическое определение принадлежит автору учения о территориальной рекреационной системе (ТРС) В.С. Преображенскому. Он определил территориальную рекреационную систему как социальную географическую систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: природных и культурных комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала и отдыхающих, характеризующуюся функциональной и территориальной целостностью. Он первым представил графическое выражение своих идей - базисную модель рекреационной системы.

Несколько отличное определение дает Т.В. Николаенко. Территориальная рекреационная система - форма организации рекреационной деятельности на определенной территории, благодаря которой достигается максимальная взаимосвязь, пространственная и функциональная координация различных подсистем, участвующих в реализации рекреационной функции данной территории. Фактически ТРС как форма организации рекреационной деятельности - явление крайне редкое, но очень важное для интенсивного

освоения определенной территории. Создание на интересующей территории ТРС гарантирует максимальную рекреационную освоенность в минимальные сроки. В целом же ТРС - лишь крайняя форма территориальной организации рекреации. В большинстве случаев освоение территории в рекреационных целях не достигает подобного уровня.

Основные подсистемы территориальных систем рекреации и туризма. Целостность системы определяется ее функциями в жизни человека, группы, общества, положением в социально-экономической и демоэкологической суперсистеме. Системообразующей связью выступает рекреационная деятельность как отдыхающих, так и организаторов отдыха. Рассмотрим теперь подсистемы рекреационной системы более подробно.

Отдыхающие. Центральный элемент рекреационной системы, определяющий сам факт ее возникновения и развития. С позиций социологии и экологии это событийная группа, т. е. обязанная своим существованием некоторому событию - в данном случае возникновению свободного от непреложных занятий времени. На характер потребностей, избирательность к видам, формам и условиям рекреационной деятельности влияют принадлежность человека к определенной социальной и национально-этнической группе, его культурная ориентация, условия и образ жизни, предшествующий опыт рекреационной деятельности, имеющаяся информация о возможностях удовлетворения потребностей и реальная (доступная) сеть рекреационных учреждений и мест отдыха.

В последнее время внимание привлекается не только к социопсихологическим и культурно-психологическим, но и к группам, выделяющимся по специфике темперамента, мобильности психики. В этом видится стремление приблизиться к самой личности отдыхающих. Предложены десятки классификаций подобных групп. Так, в типологии, разработанной У. Шелдоном, учитываются взаимосвязи людей с природой. Им выделены следующие типы:

этоморфный - отличается стремлением сосредоточиться на своем внутреннем состоянии, воспринимать окружающий мир исходя из своего настроения, а не таким, каков он на самом деле;

мезоморфный - характеризуется любовью к природе как источнику оптимизма, месту деятельности; для них природа - объект воздействия;

эндоморфный - релаксирующий, чувственный, открытый для восприятия природы, чувствующий ее основные аспекты - физические и эстетические.

Таким образом, подсистему "отдыхающие" составляет множество гетерогенных групп, отличающихся как потребностями, так и ценностными установками их удовлетворения, различным восприятием элементов других подсистем и других групп отдыхающих.

Важнейшими общими чертами группы отдыхающих выступают избирательность, способность к адаптации, самоорганизация. Избирательность определяется как формирование отдыхающими своего отношения к другим подсистемам и малым группам самой подсистемы на основе не просто информации, а оценочных суждений в обстоятельствах гораздо большей свободы выбора, чем в условиях труда. Основу этого свойства составляет различие требований к условиям деятельности. Адаптацией называют процесс приспособления к изменяющимся свойствам каждой из подсистем, их комбинациям с помощью психофизиологических, поведенческих и социокультурных механизмов. Одно из свойств подсистемы "отдыхающие" - тенденция к самоорганизации малых партнерских групп, выступающих ячейками самоорганизованной деятельности, которая по мере развития рекреационной культуры населения и совершенствования рекреационных систем получает возможность проявляться все в большей мере.

Природные и культурные комплексы. Они в рекреационной системе характеризуются, прежде всего, мерой соответствия потребностям отдыхающих (комфортностью и привлекательностью) и потребностям органа управления - пространственной и временной емкостью, надежностью.

Если первая наиболее тесно связана с климатическими условиями, то вторая во многом определяется характером открытости или закрытости пейзажей, ощущением тесноты от скопления людей или, наоборот, одиночества, сенсорной избыточности или недостаточности, темпа смены впечатлений, звуковой насыщенности и др. Надежность - способность безотказно удовлетворять потребности. Понятие это охватывает как устойчивость комфортных погод, так и возможность посещения культурного комплекса в любое удобное для отдыхающих время. В первом приближении могут быть выделены системы, где ведущая роль принадлежит либо природным, либо культурным комплексам. Природные комплексы - ведущие при организации курортно-лечебного, оздоровительного и спортивного отдыха. Роль культурных комплексов особенно велика в культурно-познавательном туризме.

Природные комплексы - это целостные сочетания природных компонентов, обеспечивающих осуществление циклов рекреационной деятельности при соответствующей степени комфортности условий отдыха. Природные комплексы составляют одну из самых важных подсистем рекреационной системы, поскольку уже само наличие участка природы с благоприятными климатическими условиями, красивыми пейзажами, разнообразной растительностью и близостью водоема обуславливает возникновение здесь простейшей рекреационной системы (отдыхающие - природный комплекс).

В настоящее время роль малоизмененных природных комплексов сократилась, одновременно с этим возросла их ценность. Заметно усилился интерес к созданию и развитию особо охраняемых природных территорий - заповедников и особенно национальных парков. Одновременно с этими тенденциями изменяется и характер использования природных комплексов. Этот процесс был прослежен Б.Б. Родоманом, который выделил ряд стадий.

Изъятие природных тел из ландшафта в процессе любительских занятий (охоты, рыбной ловли, сбора грибов и ягод).

Использование природных факторов без изъятия их из природы (купание, солнечные ванны).

Восприятие познавательной и эстетической информации (туризм, прогулки).

Передача другим людям своих знаний о природе, ее красоте (организатор туристских групп).

В числе таких же стадий могут быть названы соперничество, стремление людей сохранить наиболее ценные естественные природные биоценозы, благоустроить, восстановить нарушенные участки природы. Таким образом, намечается как бы два типа отношений к природе в рамках рекреационной системы:

преобразование природы в соответствии с требованиями населения по организации мест массового отдыха, приспособленных для размещения там многочисленного контингента отдыхающих;

приспособление, адаптация отдыхающих к уже существующим природным комплексам, стремление людей построить свои взаимоотношения с природой на основе сохранения уже сформировавшихся ранее природных комплексов.

Среди важнейших свойств природных комплексов называют, прежде всего, аттрактивность, надежность и емкость.

Аттрактивность природных комплексов определяется комфортностью условий отдыха и соответствием их свойств и эстетических качеств определенным технологиям рекреационной деятельности. Комфортность отдыха обусловлена, прежде всего, климатическими и микроклиматическими характеристиками природного комплекса - температурным режимом, влажностью и осадками, атмосферным давлением, числом дней солнечного сияния и др. Однако не менее важную роль играют психоэмоциональные характеристики природы. Эстетические свойства природы также влияют на аттрактивность природных комплексов.

Надежность природных комплексов - устойчивость к рекреационным нагрузкам, а также их разнообразие, поскольку это дает возможность отдыхающим менять характер использования этого комплекса, предопределяет лабильность их поведения. Устойчивость природных комплексов объясняется их возможностями противостоять различным воздействиям - природным и антропогенным.

Емкость природных комплексов определяется как способность территории вмещать определенное количество туристов и рекреантов, при котором не происходит нарушения экологического равновесия. Емкость может быть как нормативной, так и предельно допустимой (критической).

Культурные комплексы - сочетание объектов материальной и духовной культуры. Среди них и искусственные сооружения, и сами люди с их языком, обычаями, традициями, обрядами. Когда говорят о крупном территориально-культурном комплексе, имеют в виду не только архитектурные ансамбли, но и всю социокультурную среду, традиции и обычаи, сохранившиеся в народе, особенности его быта и хозяйственной деятельности. Культурные комплексы обеспечивают реализацию многих функций, необходимых для нормального функционирования рекреационной системы. Они создают возможность более эффективного оздоровления и курортного лечения, повышая эстетическую ценность среды, ее разнообразие, делают ее более аттрактивной для отдыхающих. Особенно велико их значение в удовлетворении познавательных потребностей людей.

Технические комплексы. Технические подсистемы призваны облегчить отдыхающим доступ и адаптацию к природным комплексам, увеличить надежность их функционирования. Они служат также адаптирующими средствами, удовлетворяющими потребности отдыхающих и обслуживающего персонала. Развитие природно-технических и технических систем, совершенствование технических устройств, облегчающих труд обслуживающего персонала, создает новые возможности для включения в рекреационные системы новейших элементов, природных и культурных компонентов, позволяют обеспечить их лучшую доступность и сохранность.

Среди наиболее важных свойств технических подсистем отметим надежность, экологичность. Надежность технических сооружений определяется их возможностями противостоять процессам, ведущим к физическому и моральному износу, снижению комфортности условий отдыха. Они должны обладать определенным запасом прочности, защищающим их от разрушительных функциональных перегрузок. Особо место занимает безотказность и безаварийность работы систем энерго- и водоснабжения, очистных сооружений и канализационных сетей, систем обеспечения минеральной водой. Поскольку свойства природных и культурных комплексов выступают важными системообразующими факторами, не меньшее внимание при создании и функционировании технических подсистем должно быть уделено усилиям по сохранению окружающей среды (экологичность).

Обслуживающий персонал. Роль обслуживающего персонала в системе определяется тем, что он обеспечивает взаимосвязь отдыхающих с природными и культурными комплексами, техническими системами, а также общение их между собой. Этим понятием охватывается широкая группа людей, занятых как непосредственно бытовым, медицинским, культурным, транспортным обслуживанием отдыхающих, так и эксплуатацией технических сооружений, природных и культурных комплексов.

И.В. Зорин установил, что в крупных развитых системах проявляется своеобразное эшелонирование этой группы. Каждый эшелон характеризует меру близости обслуживающего персонала к отдыхающим. Так, первый эшелон, или контактную группу, образуют лица, которые в силу своих обязанностей непосредственно контактируют с отдыхающими. Второй эшелон состоит из рабочих и служащих, обеспечивающих деятельность технической подсистемы, природных и культурных комплексов в пределах предприятий отдыха. Третий эшелон составляют работники общекурортных служб, обеспечивающие прямые потребности предприятий отдыха. Следующие эшелоны формируются работниками, оказывающими услуги обслуживающему персоналу.

Орган управления. Обозначенный этим понятием элемент рекреационной системы, как и любой орган управления, должен обеспечить: сохранение структуры системы, поддержание режима ее деятельности, реализацию целей, общих функций системы. В сфере рекреационной и туристской деятельности имеется как минимум два уровня управления.

Первый из них - управление, расположенное как бы вне конкретной системы. Оно составляет элемент суперсистемы, т. е. формирует рекреационную политику региона, изучает потребности, планирует, проектирует и принимает решения о создании или развитии конкретных рекреационных систем, управляет потоками отдыхающих, согласует рекреационную с другими видами деятельности. К этой системе относятся законодательные органы, разрабатывающие общую стратегию туристско-рекреационного обеспечения населения, туристско-рекреационную политику как часть общей социальной политики.

Другой характерный уровень - орган управления, входящий в качестве неотъемлемой части в любую конкретную рекреационную систему. Он обеспечивает сбор информации о состоянии подсистем, об удовлетворении потребностей туристов, о степени соответствия природных комплексов требованиям туристов, о степени сохранения полезных свойств и возможностях технических систем, о состоянии обслуживающего персонала. Орган управления осуществляет организацию связи между всеми подсистемами и в силу этого - общую устойчивость системы и эффективность выполнения ею своей функции.

Источник: <https://intuit.ru/studies/courses/3553/795/lecture/30442>

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое территориальная туристская система и как она влияет на развитие туризма?
2. Какие элементы входят в состав территориальной туристской системы и как они взаимодействуют между собой?
3. Какие преимущества имеет использование концепции территориальной туристской системы для туристической индустрии?
4. Какие проблемы могут возникнуть при создании и развитии территориальной туристской системы и как их можно решить?
5. Какие меры могут быть приняты для улучшения эффективности территориальной туристской системы и повышения ее конкурентоспособности?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА. 3.2. Концепции территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

-Понимание сущности концепции территориальной организации туризма и ее роли в развитии туризма на местном и региональном уровнях.

-Изучение основных принципов и подходов к организации территориального туризма, включая формирование туристических маршрутов, создание туристических продуктов и маркетинговую стратегию.

- Анализ примеров успешной организации территориального туризма в разных регионах мира и изучение их опыта.

- Разработка практических рекомендаций по организации территориального туризма на конкретной территории, учитывая ее особенности и потенциал.

-Оценка влияния территориальной организации туризма на экономическое и социальное развитие региона, а также на сохранение культурного и природного наследия.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Подходы к исследованию территориальных туристских систем: сопряженно-подсистемный, структурно-динамичный, функционально-территориальный, классификационно-таксономический территориальный, сетевой подходы. Концепции территориальной организации туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Развитие территориальных туристских систем. Базовые вопросы развития туристских систем. Фазы развития туристских центров.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5.

Концепция территориальных рекреационных систем (ТРС) является одним из системных трактовок организации туризма и отдыха, сформулированным в 70-х годах XX века. В.С.Преображенским и Ю.Л.Ведениною. Системой считается совокупность взаимно связанных элементов, и связей между ними. Связи (отношения) между элементами системы создают ее структуру. Каждая территориальная рекреационная система состоит из пяти подсистем:

а) участники отдыха (туристы),

б) туристические достопримечательности (природные и антропогенные),

в) техническая инфраструктура (в том числе места для ночлега, пункты питания, транспортная сеть),

г) персонал, работающий в сфере обслуживания туристов,

д) учреждения, которые управляют рекреационной системой (напр. органы местной власти, связанные с функционированием туризма).

Данные подсистемы взаимодействуют между собой и являются взаимозависимыми. Они могут располагаться в конкретной пространственной единицы (напр. регионе, местности) или могут быть отдельно от нее, но степени принадлежности к ТРС есть их связи внутри системы. Туристический движение является тем фактором, который создает систему.

Исследования рекреационных систем заключаются в анализе явлений, происходящих в их пределах, в т.ч. внутренних связей и воздействий и их отношений и связей с другими территориальными системами. Большим преимуществом данной концепции является трактовка туристических явлений как внутренней сложной системы, связанной с другими туристическими системами. Концепция ТРС является одной из первых моделей, которые объясняют сущность туристско-рекреационного пространства и его становление.

Концепция перцепции пространства (ландшафта)

Среди исследовательских подходов к изучению туристических явлений важное место занимают концепции, которые причины туристско-рекреационной активности человека ищут во внутренних процессах перцепции и представлений окружающего пространства. Эти исследования имеют междисциплинарный характер и проводятся психологическими, естественными и экономическими науками. С одной стороны они касаются визуальной оценки привлекательности ландшафта и восприятие пространства с точки зрения собственных потребностей отдыха, а с другой - создание представлений о туристических продуктах у потенциальных покупателей в рамках маркетинговых технологий.

С точки зрения концепций на туристическую и рекреационную поведение и на выбор места отдыха влияют нынешние и прежние пространственные представления, что является результатом предварительно сделанных наблюдений. Перцепция это сложный и активный познавательный процесс, заключающийся в восприятии окружающей и такой, что остается в пределах чувств, реальности (пространства). Этот процесс состоит из чувственных впечатлений, рецепции сигналов, исходящих из окружения, их мыслительной переработки, конструирования образа, что отражает реальность соединенное с его оценкой, что, в свою очередь, ведет к определенному выбору поведения. То, что и как человек замечает, зависит также от его предыдущего опыта, знаний и имеющегося в данный момент эмоционального состояния, позиций, мнений и убеждений. Исследования перцепции туристического пространства на сегодняшний день получают все большее значение из внимания:

а) нарастающую конкуренцию между отдельными территориями туристической рецепции в мире (местностями и туристическими регионами),

) рост значения качества объектов окружающего мира в оценке туристической привлекательности туристами,

в) факт, что решение о выборе цели туристического выезда редко делается только на основе одного фактора.

Все чаще подчеркивается значение визуальных свойств ландшафта, связанного с его эстетическими ценностями, так называемыми эстетическими (ландшафтными) прелестями. С

этой точки зрения особое значение имеют: архитектура ландшафта, физиономия, композиция, эстетика и его упорядоченность (порядок и гармония), поскольку они являются показателями упорядоченности пространства. Турист прежде всего обращает внимание на окружение, в котором находится, то есть на визуальный ландшафт. Критериями оценки эстетики прелестей визуального ландшафта является количество планов в ландшафте, количество идентифицированных элементов, из которых складывается ландшафт, эстетика индивидуальных объектов, разнообразие элементов, развитие вертикальной структуры и гармония ландшафта. Восприятие, соединенное с эмоциями, составляет форму переживания сценического оформления ландшафта. Иллюстрацией отношений между процессом восприятия туристического пространства и ведения в ней туристско-рекреационной активности может быть модель туристического поведения, что представляет составленный цепь обусловленостей решений, которые принимает турист.

https://studbooks.net/62167/turizm/kontsepsiya_territorialnyh_rekreatsionnyh_sistem

Вопросы для самоподготовки

1. Какова роль концепции территориальной организации туризма в развитии туризма на местном уровне?
2. Какие принципы лежат в основе концепции территориальной организации туризма?
3. Какие преимущества может получить туристическая индустрия от использования концепции территориальной организации туризма?
4. Какие вызовы и проблемы могут возникнуть при реализации концепции территориальной организации туризма?
5. Какие инструменты и методы могут быть использованы для реализации концепции территориальной организации туризма?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма.

3. Цели занятия.

- Исследование сущности стратегического планирования в туризме.
- Ознакомиться с методами и инструментами стратегического планирования в туризме.
- Разработать стратегии развития туризма на конкретной территории.
- Оценить эффективность стратегии развития туризма.
- Исследование важности стратегического планирования для устойчивого развития туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность стратегического планирования в туризме. Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма. Федеральные целевые программы развития туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
2.	Подпрограммы государственных программ. Национальные проекты. Стратегия развития. Мастер-план как инструмент стратегического территориального планирования развития туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
	Мастер план туристской территории. План развития туристской территории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Стратегия представляет собой обобщающую модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов.

Стержнем любого плана развития туризма в регионе является его базовая стратегия.

Наиболее распространенными типами базовых стратегий являются:

- стратегия роста;
- стратегия стабилизации или ограниченного роста;
- стратегия выживания.

Стратегия роста применяется в случае динамично развивающейся отрасли. Разработка такой стратегии осуществляется путем систематического значительного повышения краткосрочных и долгосрочных показателей целей.

Стратегия стабилизации традиционно используется в зрелых отраслях. При этом характерным является установление целей от достигнутого, скорректированных с учетом изменений окружающей среды. Это наименее рискованный способ действия.

Стратегия выживания - оборонительная стратегия. При этом уровень целей устанавливается ниже достигнутого.

Выбор того или иного стратегического подхода в качестве базового зависит от результатов, полученных на стадиях стратегического анализа и целеполагания.

Стратегическое планирование предполагает установление целей и увязку этих целей с ресурсами, которые будут использованы для их достижения. Поскольку эти цели и характер

использования ресурсов влияют на перспективное развитие организации, стратегическое планирование ориентировано в будущее.

Субъектом стратегического планирования развития туризма являются государственные, региональные и муниципальные органы управления туризмом, а также руководящие структуры предприятий туризма. Объектом стратегического планирования выступают вся инфраструктура туризма, а также социально-экономические процессы, протекающие в системе туризма.

Стратегическое планирование в туризме базируется, с одной стороны, на целях и задачах, поставленных в ходе разработки стратегии, а с другой стороны - на прогнозах по различным направлениям туристской деятельности, а также различным областям общественного развития (экономика, наука, техника и технология, демография, экология и т.д.).

Стратегическое планирование развития туризма в регионе - это процесс моделирования эффективной деятельности предприятий туризма и гостиничного хозяйства на определенный период функционирования с установлением целей развития туризма в регионе и их изменений в условиях неопределенности рыночной среды, а также определение способа реализации этих целей и задач в соответствии с ресурсными возможностями региона.

Стратегическому планированию присущи степень неопределенности, временная ориентация процесса планирования и определенный горизонт планирования.

В зависимости от временной ориентации планирования, Р. Акофф выделяет четыре типа планирования: реактивное (учитывающее только прошлый опыт), инактивное («осторожное» планирование, приспособляющееся только к настоящему), преактивное (ориентированное только на будущие изменения, при этом слабо используется прошлый опыт) и интерактивное (ориентированное на взаимодействие всех лучших идей по данным видам планирования в настоящем, прошлом и будущем).

С точки зрения горизонта планирования или периода времени стратегическое планирование может быть краткосрочным, среднесрочным и долгосрочным.

Долгосрочное стратегическое планирование охватывает период 10-15 лет. Выбор такой длительности обуславливается рядом причин и, прежде всего тем, что за этот период происходят, как правило, кардинальные изменения в науке и технике, смена основных фондов, изменения вкусов и предпочтений потребителей в сторону новых видов продуктов и услуг и т.п.

Среднесрочное планирование осуществляется на ближайшие 3-5 лет. В нем установки, сделанные в процессе долгосрочного стратегического планирования, как бы получают свое экономическое обоснование и уточнение с учетом тенденций развития хозяйственной ситуации.

На основе стратегических среднесрочных планов может производиться краткосрочное планирование. Его конкретным выражением могут быть планы развития отрасли с периодом от 1 до 3 лет. Их особенность состоит в том, что показатели ближайшего года могут корректироваться ежеквартально, а показатели второго и третьего - каждые полгода или ежегодно.

В качестве целей разработки стратегии обычно называют следующие:

- удовлетворение потребностей туристов;
- создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса,
- создание благоприятных условий для кооперации туристских, банковских структур, транспортных компаний, гостиничных компаний и т.д.;
- обеспечение развития отдельных видов туризма (социального, яхтенного, лечебно-оздоровительного и т.д.);
- повышение привлекательности региона;
- другие.

Основное содержание стратегического плана составляют формулировки:

- главной цели развития туризма в регионе;
- основных стратегических направлений достижения главной цели;
- целей в рамках стратегических направлений;
- конкретных мер по реализации выбранных стратегий с фиксацией индикаторов выполнения намеченных мер, оценок затрат и эффекта и участников реализации мер.

В процессе разработки стратегического плана выполняются следующие содержательные этапы:

- анализ (диагностика состояния региона (дестинации), изучение внешних и внутренних факторов, определяющих развитие, SWOT-анализ);
- целеполагание (определение и утверждение главной цели, основных стратегических направлений, целей);
- планирование (формирование частных стратегий достижения целей по каждому направлению и отбор мер, распределение ответственности за реализацию плана).

Организация процесса формирования и реализации стратегии развития туризма в регионе представлена на рис.3.

На всех этапах планирования необходим сбор селективной информации, формирование банков данных, что позволяет выделить общий массив данных и таким образом формировать альтернативы развития туризма в регионе.

Итогом стратегического планирования и главным инструментом стратегического управления являются документы стратегического характера: концепции, планы, программы.

Концепция – генеральный замысел (система взглядов), определяющий стратегию действий при осуществлении реформ, проектов, планов, программ.

План – модель намечаемого будущего состояния экономической системы в целом, хозяйства страны, регионов, отраслей, предприятий, компаний.

Программа – совокупность взаимоувязанных мер, план действий, направленных на достижение единой цели, решение одной проблемы.

Осуществление эффективного стратегического планирования предполагает создание системы стратегического планирования, включающей совокупность основных элементов, таких как: процесс планирования, система планов, процесс управления планированием, а также обеспечивающих элементов: подсистемы принятия стратегических решений, организационного и информационного обеспечения, интегрированных в упорядоченной структуре.

Важнейшими нормативно-правовыми документами, определяющими основы планирования развития туризма, являются принятый 20.07.1995 №115-ФЗ Федеральный закон «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» и Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 №132-ФЗ (с изменениями), в соответствии с которыми формируется система планирования и прогнозирования на всех этапах управления.

Анализ нормативно-правовых документов регионов РФ, регламентирующих работы по плановому регулированию их социально-экономического развития и развития туризма, показал, что они в весьма слабой степени регламентируют решение вопросов стратегического социально-экономического планирования на уровне регионов, в законах субъектов РФ не нашли полного отражения вопросы, связанные с формированием концепций стратегического развития регионов.

Рассмотрим основной круг проблем обеспечения стратегического планирования развития туризма.

1. Проблема научно-методического связана прежде всего с отсутствием методических рекомендаций по разработке и реализации концепций развития туризма в регионах, которые отвечают на вопросы: что?, в каком порядке?, каким образом? и кто? должен делать, чтобы в результате получить документ, характеризующий территориальное стратегическое развитие туризма; по комплексной оценке качества концепций развития туризма в регионах, с помощью которых можно было бы как производить самооценку подготовленных материалов (и вносить на их основе соответствующие коррективы), так и обоснованно «защищать» их в ходе разного рода согласований.

2. Огромный круг проблем научного, организационного, информационно-технического и финансового характера в сфере информационного обеспечения процесса стратегического регионального планирования развития туризма имеется, без решения которых трудно рассчитывать на существенное улучшение ситуации

3. Недостаточный профессионализм кадров регионального управления туризмом обуславливает проблему неготовности значительной части управленцев решать новые и весьма сложные задачи, связанные с проведением соответствующих прогнозно-аналитических работ в сфере стратегического планирования развития туризма в регионах.

4. Проблема создания целостных научных основ стратегического планирования развития туризма как системы теоретических, методологических и методических положений, раскрывающих сущность, принципы, цели, задачи и организацию стратегического регионального планирования туризма, порядок формирования стратегий и механизм их реализации.

5. Исследованию проблем анализа и оценки величины регионального туристского потенциала и эффективности его использования препятствует слабая разработанность соответствующего теоретико-методологического аппарата.

6. Проблема соответствия системы управления стратегическим развитием туризма кругу решаемых проблем

7. Проблемы бизнес-планирования - практически нет рекомендаций региональным органам управления туризмом по организации разработки бизнес-плана регионального проекта развития туризма.

До настоящего времени практически не удалось сформулировать основные целевые функции устойчивого развития сферы туризма в регионе как целостной большой территориальной социально-экономической системы. Анализ целевых блоков основных стратегических документов, определяющих перспективное развитие туризма в РФ и регионах, показал, что цели заданы на вербальном уровне, по существу, это не цели, а их качественные характеристики – целевые установки. Предлагаемый набор целей не является комплексным, измеримым, зачастую не адаптируется к возможным изменениям внешней среды, т.е. не удовлетворяет в полной мере требованиям, предъявляемым к системе стратегических целей развития социально-экономической системы.

Левая часть схемы структурирует процессы управления туризмом в регионе, а правая – процессы управления регионом. Совместное их действие формирует процессы управления устойчивым развитием туризма в регионе.

Сформулированная определенная последовательность методологических требований к управлению туризмом является основой формирования структуры управления туризмом (РТА) как частью социально-экономической системы региона (рис.5).

Основные функции РТА: разработка методологических аспектов и организационно-методических основ управления сферой туризма в регионе с широким привлечением всех заинтересованных сторон (например, коммерческих, финансовых организаций, представительств МИД и МВД РФ, паломнических центров различных конфессий, научных учреждений, средств массовой информации, общественных туристских организаций, ассоциаций и т.д.); координация комплексного исследования проблем развития туризма в регионе, характер и актуальность которых определяется динамикой, стохастичностью и направленностью протекающих в сфере туризма процессов; принятие концептуальных решений по развитию

Установление стратегических целей и соответствующих им критериев устойчивого развития сферы туризма в регионе 2 2, Установление стратегических целей и соответствующих им критериев социально-экономического развития региона 3

Системный анализ современного состояния и тенденций развития туризма; выявление, структуризация и определение направлений решения проблем для достижения целей 6, Декомпозиция планов до уровня конкретных мероприятий и исполнителей 15; Обоснование ресурсного обеспечения планов социально-экономического развития региона 11, Разработка планов социально-экономического развития региона 9, Системный анализ современного состояния и тенденций развития региона; выявление, структуризация и определение направлений решения проблем для достижения целей 7, Разработка планов устойчивого развития туризма 8, Декомпозиция планов до уровня конкретных мероприятий и исполнителей 14, Обоснование ресурсного обеспечения планов устойчивого развития туризма 10, Реализация планов социально-экономического развития региона

туризма в регионе; разработка принципов и обоснование целей устойчивого развития туризма, стратегий, методов с использованием нормативно-правовой базы; исследование тенденций развития туризма в регионе, тенденций и закономерностей изменения факторов внешней и внутренней природы, мониторинг рынков туристских услуг в регионе, а также возможностей и потребностей туристов; анализ инфраструктурного обеспечения, в первую очередь свойства аттракторов; активизация связей, планирование и прогнозирование, выявление негативных тенденций; выявление проблем ресурсного обеспечения как на уровне региона в целом, так и на уровне отдельно взятого предприятия туризма, которые анализируются и классифицируются. Эти проблемы могут быть различной природы (например, недостаточно развитая транспортная инфраструктура, дефицит мест размещения туристов, недостаток квалифицированной рабочей силы и др.). Анализ и классификация проблем позволяет концентрировать усилия на решение актуальных проблем, которые легче решать совместными усилиями заинтересованных лиц.

Эти функции могут быть реализованы, главным образом, за счет привлечения инвестиций и вложения средств в инфраструктуру туризма, обеспечения сочетания государственных и рыночных интересов и механизмов. Кроме того, РТА сотрудничает с органами местного самоуправления, наделенными полномочиями в сфере туризма, которые, в свою очередь, разрабатывают проекты местных программ развития туризма и представляют их на утверждение соответствующим местным органам власти, определяют источники финансирования этих программ, привлекают на договорных началах предприятия, учреждения и организации, расположенные на территории дестинации к решению проблем развития местного туризма, рациональному использованию туристских ресурсов, содействуют развитию приоритетных видов туризма на территории дестинации.

Переход от решения отдельных проблем к их системному определению и разрешению требует создания в РТА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур (рис.5). Основные результаты работы структурных подразделений РТА закладываются в методологию и концепцию управления туризмом, а также в формулирование стратегических и тактических целей управления системой туризма, разработку методологических и методических основ безопасности развития туризма в регионе. Это позволяет обосновать идеологию и сделать выводы о перспективности развития туризма в регионе, уточнить цели и внести коррективы в структуру потенциалов.

Эффективному планированию и управлению туризмом будет способствовать хорошо разработанная система туристского мониторинга.

Региональный туристский мониторинг - это постоянное наблюдение за состоянием туристской индустрии в регионе, качественная и количественная оценка происходящих процессов на основе определенной системы показателей, с целью эффективного управления ими и возможности прогнозирования их динамики.

Главная цель регионального туристского мониторинга состоит в обеспечении региональных органов управления полной, своевременной и достоверной информацией о процессах, протекающих в сфере туризма, о складывающейся социальной ситуации в связи с развитием туризма.

Субъектом мониторинга является региональный туристский рынок, а объектом - динамика конъюнктуры туристского рынка, происходящие качественные и структурные преобразования в сфере туризма, прямые и косвенные доходы от туризма.

Туристский мониторинг как структурный элемент стратегического планирования развития туризма в регионе должен выполнять следующие основные задачи:

- наблюдение за ходом процессов, протекающих в сфере туризма;
- характеристика и оценка наблюдаемых изменений;
- анализ причин, вызывающих тот или иной характер их протекания;
- прогноз развития социально-экономической ситуации;
- разработка рекомендаций, направленных на преодоление негативных и активное развитие позитивных тенденций.

К мониторингу развития туризма предъявляется ряд требований:

- Достоверность (объективность) мониторинга
- Оперативность
- Систематичность
- Комплексность
- Независимость и объективность

Для наиболее полного отражения сущности социально-экономических процессов, происходящих в сфере туризма, необходимо объединить как их количественные, так и качественные характеристики. С этой целью, исходя из особенностей объекта наблюдения, в организацию мониторинга закладываются следующие принципы:

- тождественности
- системности
- репрезентативности
- экономичности

- максимальной информативности результатов оценки развития туризма в регионе с позиции принятия адекватных решений на региональном и муниципальном уровнях государственного управления.

- сочетания общеэкономических индикаторов с показателями, отражающими результативность деятельности органов государственной власти по решению важнейших экономических и социальных проблем в сфере туризма.

Исходя из принципов организации мониторинга и требований, определяется система мониторинговых показателей (индикаторов) развития туризма в регионе. При их отборе внимание уделяется соответствию показателей таким требованиям, как:

- комплексность показателя;
- функциональность показателя;
- значимость показателя для оценки социально-экономического развития республики;
- прозрачность и простота расчета;
- по возможности единая форма измерения.

Источник: <https://studizba.com/lectures/turizm/regionalnoe-planirovanie-i-razvitie-turizma-i-gostinichnogo-hozyaystva/18741-osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-razvitiya-turizma-i-ego-mesto-v-sisteme-regionalnogo-upravleniya.html>

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое стратегическое планирование в туризме?
2. Какие методы и инструменты используются при стратегическом планировании в туризме?
3. Как разработать стратегию развития туризма на конкретной территории?
4. Как оценить эффективность стратегии развития туризма?
5. Почему стратегическое планирование важно для устойчивого развития туризма?

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр. Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

- Исследовать роли туристического информационного центра в организации туризма на территории.

-Ознакомиться с функциями и задачами туристического информационного центра.

-Исследовать методов и инструментов, используемых в работе туристического информационного центра.

-Разработать стратегии работы туристического информационного центра на конкретной территории.

- Оценить эффективность работы туристического информационного центра и разработать меры по ее улучшению.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Цели и задачи туристского информационного центра. Информационное обслуживание.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Продвижение бренда туристской территории. Сбор и анализ статистики в сфере туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В туристской сфере важнейшим элементом, объединяющим различные категории участников индустрии туризма как создателей туристских продуктов, непосредственно самих туристов и органы регулирования деятельности, связанной с туризмом является информация. Туризм — это та сфера, в которой как нигде практически собранная и обработанная информация находит себя в ежесекундном, каждодневном применении, поскольку обеспечивает нормальную работу всех областей индустрии.

Практической частью туристской индустрии являются услуги. Основное качество услуги состоит в том, что она неосвязаема[1], поэтому для ее продажи используется важнейший прием — визуализация. Данный прием невозможен без применения объектов визуализации: изображений, текстов, таблиц, что само по себе уже является информацией, а значит без информации осуществление практической деятельности не представляется возможным.

Формирование лидерства среди туристских дестинаций обуславливается информационной обеспеченностью, поскольку основным желанием туриста является получение максимально большого количества качественной и достоверной информации о туристской дестинации, а значит ее наличие в организациях и различных информационных источниках, оказывающих содействие туристу в подготовке к путешествию, является основой конкурентоспособности туристской дестинации.

Под туристской информацией понимается свод данных о разных областях деятельности, в которых закладываются потребности субъектов туристской системы в определенного рода информации. Сущность информационной потребности в данном контексте заключается в формировании потребности у субъекта в результате недостижения цели без использования иной информации.

Невозможно оспорить тот факт, что туризм — обогащенная информацией индустрия. Несмотря на то, что мир невероятно богат и многообразен на туристские ресурсы, сами по себе они не формируют приток туристов. Будь то невероятно живописное место или архитектурное строение — не зная об их существовании и опыте пребывания рядом с ним путешественников, турист вряд ли устремится в это место, поскольку его неинформированность о данном месте или строении послужит неудовлетворенностью в безопасности и иных потребностях, что в свою очередь разрушит его потребность быть привлеченным в это место. Поэтому необходимо постоянное формирование туристских информоемких продуктов, их совершенствование и продвижение на рынок, а также создание программ по продвижению территории на различных уровнях туристского рынка для доведения информации до нужного потребителя.

В различных странах, таких как Франция, Италия, Испания, США и др., успешных в продвижении национального туристского продукта на внутренних и внешних информ-пространствах, эффективным видом организации в реализации данной деятельности стали туристско-информационные центры (ТИЦ).

Мировой прогресс не стоит на месте, в том числе он не обошел туристскую деятельность в особенности в организационной части. Современные тенденции в турбизнесе — создание информационного туристского пространства как связующего звена в области культурно-экономических ценностей, в области обеспечения совместных процессов между участниками туристского рынка на различных по уровню и масштабу территориальных объединениях.

Туристское информационное пространство — это поле взаимодействия различных участников туристского рынка, в котором формируется, передается и используется информация для дальнейшего направления ее до конечного потребителя с целью организации туристской деятельности в ее различных формах и проявлениях. Отсутствие информации о туристском центре — залог его дальнейшей бесполезности при учете всей его перспективности и привлекательности, поскольку, не зная о туристском центре, клиент не сможет в него направиться[2].

Опираясь на ФЗ «Об основах туристской деятельности», можно выделить определение ТИЦ.

Туристско-информационный центр — это организация, цели которой — информирование физических лиц о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также продвижение туристских продуктов дестинации на внутреннем и мировом туристских рынках[3].

На данный момент существует несколько стандартов, являющихся основой в обеспечении качества предоставляемых услуг и функционирования туристско-информационных центров, таковыми являются:

- ГОСТ Р 56197—2014 (ИСО 14785:2014). Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования;
- ИСО 14785—2013 Туристские информационные бюро (офисы). Туристская информация и услуги приема. Требования (ISO 14785:2013 Tourist information offices. Tourist information and reception services. Requirements).

Именно стандартами определяются основные качественные показатели для ТИЦ, род деятельности, функции и др. Согласно стандартам, туристско-информационные центры должны предоставлять рекламно-информационное обслуживание туристов, консультацию потребителям и рекламировать услуги, связанных с туристской деятельностью.

Туристско-информационные центры осуществляют решение задач связанных с информированностью субъектов туристской деятельности, открытостью и доступностью туристского рынка, тем самым увеличивая уровень пользы от осуществления деятельности субъектами туристской сферы и упрощая процессы их развития в дестинации нахождения ТИЦ.

Итак, туристско-информационный центр — это слаженная система открытого типа, которая развивается самостоятельно и функционирует как во внешней, так и во внутренней среде. Благодаря деятельности ТИЦ ныне существующие сформированные системы совершенствуются и адаптируются под тенденции времени и конъюктуру рынка, а также под различными субъектами туристской индустрии. Туристско-информационные центры способны преобразовать и рационализировать применение туристских ресурсов, а также осуществить структуризацию и контроль потоковых процессов в сфере туризма.

Локализация туристско-информационных центров обуславливается пропускной способностью и свойством притягивать путешественников. Это могут быть центр местности (город, район и т. д.), наиболее популярные туристские достопримечательности, транспортные инфраструктурные объекты (крупные или значимые станции метро, вокзалы), крупные бизнес-центры. Помимо бесплатной информации в ТИЦах можно приобрести сувениры или услуги партнеров, т. е. ТИЦ может предоставлять некоторые платные вторичные услуги.

Основные виды услуг ТИЦ таковы:

- информационные (предоставление туристской информации, справочной информации об инфраструктурных объектах, предоставление информации рекламно-туристского характера на бумажном носителе);
- коммуникационные услуги (предоставление различных видов связи);
- заказ различных туристских услуг (бронирование и приобретение билетов на транспорт, приобретение билетов на культурные и развлекательные мероприятия, приобретение билетов на экскурсии, бронирование услуг гидов и переводчиков, мест в гостиницах и других средствах размещения, банкетов и мест в ресторанах, трансферов и проката автомобилей, внутренних туров);
- продажа сувенирной продукции.

Туристско-информационные центры также должны поддерживать регулярную связь со всеми поставщиками туристских услуг дестинации и другими заинтересованными сторонами.

Основные функции ТИЦ:

- создание и осуществление функционирования единой сети ТИЦ на территории дестинации;
- осуществление регуляции деятельности и развития интернет-портала дестинации, сайта самого ТИЦ и различных страниц дестинации и ТИЦ в социальных сетях, туристских порталах страны и иных СМИ;
- формирование, пополнение и развитие информационных баз, статистических данных о регионе в сфере туризма, мониторинг и анализ данных о турпотоках, ресурсах;
- маркетинговые и рекламные функции продвижения дестинации на рынке туризма;

- автоматизация и внедрение современных ГТ-технологий в деятельность самого ТИЦ и сети;
- связь с общественностью, партнерами и органами государственного регулирования туристской индустрии региона.

18 апреля 2018 г. опубликован Федеральный закон № 71-ФЗ «О внесении изменения в статью 1 Федерального закона “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”». Благодаря этому изменению ТИЦы получили обоснование взаимодействия с сегментами турбизнеса в сфере предоставления информации — не только физические и юридические лица теперь имеют официальное право требовать информацию от ТИЦ, но и ТИЦ от юрлиц — и осуществления иной деятельности в сегменте В2В («бизнес с бизнесом»). Таким образом, сформировалась еще одна важная функция ТИЦ — сбор и обработка информации от турфирм, отелей и прочих игроков турбизнеса с целью формирования достоверной базы сведений о субъектах туристского бизнеса, а также предоставление достоверной информации для сегмента турбизнеса для улучшения функционирования этой сферы деятельности[4].

Основания для формирования организационно-правовой формы ТИЦ могут быть как бюджетного, так и коммерческого характера. Такое разнообразие сформировалось исходя из противоположности задач и функций организаций, т. е. оно стало определяющим в формировании основной миссии центров в каждом регионе. ТИЦ может существовать как юридическое лицо в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных законодательством РФ. Тем не менее, целеполагание у различных по организационно-правовой форме ТИЦ одно: улучшение экономики региона благодаря туристской индустрии.

Организационно-правовые нормы функционирования туристско-информационных центров определяется местными муниципалитетами или компетенцией субъекта РФ. Основные обязанности и степень участия органов власти или местного самоуправления в сфере развития туризма, в том числе в деятельности ТИЦ, не имеют конкретной формулировки, поэтому определяется этими органами самостоятельно.

На данный момент в России туристско-информационные центры создаются в качестве как единичных структур, так и подразделений музея, отдела администрации муниципалитета, центра поддержки предпринимательства, а также в виде частного предприятия. Принципы работы и финансирование соответствующие: бюджетное финансирование, взносы участников и предпринимательская деятельность.

Согласно сведениям из Федерального реестра туристско-информационных центров, в нынешнее время всего ТИЦ — 159 объединений, в них — 247 единиц как на основной базе деятельности, так и на дополнительной.

На ТИЦ возлагаются следующие обязанности:

- продвижение туристской дестинации на российском и международном туристских рынках;
- участие в разработке и реализации государственных региональных программ развития туризма;
- разработка и распространение информационных буклетов о регионе, карт, видеофильмов и т. п.;
- сбор и обработка статистической информации о туристских потоках в дестинации, доходах от туристской деятельности, заполняемости различных туристских объектов и пр.;
- сбор, обработка и анализ информации о туристских ресурсах дестинации, качестве предоставления услуг и доведение ее как до туристов, так и до представителей бизнеса и администрации.

Туристско-информационный центр — это сердце совместной деятельности всех субъектов туристической индустрии, потому что его наличие формирует благоприятную среду для развития туризма в регионе.

Основными разделами порталов ТИЦ являются:

- инфраструктура туристской дестинации (гостиницы, турбазы, турфирмы и т. д.);
- достопримечательности туристской дестинации;
- путеводители по туристской дестинации;
- описание основных туристских маршрутов;
- календарь событий, которые проходят в дестинации;
- контакты.

ТИЦ есть практически в каждом уголке мира. Их можно найти не только в странах — мировых лидерах по развитию туризма, но в других странах, которые ориентированы на развитие сферы туризма и ее всесторонней поддержке. Обычно туристско-информационные центры осуществляют свою деятельность территориально ограничено городом, районом, представляя их на рынке туризма. Тем не менее, чтобы максимально эффективно реализовать функцию межрегионального взаимодействия в рамках развития туризма в стране в целом, туристско-информационные центры могут выступать дистрибьютерами услуг субъектов других регионов. Для этого в крупных городских центрах создают сети ТИЦ, которые могут стать членами региональных и национальных сетей. В сеть региональных ТИЦ для более продуктивного их функционирования добавляют туристско-информационные или туристско-экскурсионные пункты, управляемые главным ТИЦ сети. Количество таких организаций в крупных центрах может превосходить сотню.

Важнейшей характеристикой, определяющей оптимальное расположение ТИЦ, является его пропускная способность. Оценка способности формируется из количества предоставленных услуг или количества обслуженных туристов. И предел, и стартовая отметка пропускной способности играют роль для ТИЦ. Если такой центр не может обеспечить максимальный поток туристов, стоит задуматься о его расширении или, наоборот, при неполучении минимального потока стоит в первую очередь взять во внимание место локации ТИЦ.

Оптимальным вариантом распространения сети может быть наличие нескольких ТИЦ возле основных достопримечательностей и иных мест скопления туристов, которые будут обеспечивать достаточную загрузку. Так как ранее было упомянуто о различных видах деятельности ТИЦ, кроме основной информационной функции не всегда обособленность ТИЦ может «сыграть на руку», порой консолидация по определенной деятельности с соседствующими организациями ТИЦ может нарастить эффект от собственной деятельности, например: если рядом есть офис компании по продаже сувениров или туристской литературы, то тандем даст больше пользы.

Основными потребителями услуг ТИЦ являются их непосредственные визитеры. Но не стоит забывать о том, что ТИЦ представлен в СМИ в различных интерпретациях — будь то портал, страница в социальных сетях и т. д., а значит, не стоит забывать о виртуальных туристах, которые могут получить информацию путем звонка или онлайн-чата с туристско-информационным центром. Тогда встает вопрос о наличии у ТИЦ сайта с функционированием удобной обратной связи, а также профессионального колл-центра, в котором позвонивший турист сможет получить всю необходимую достоверную информацию, а также консультацию по услугам центра.

Также стоит отметить, что сайт может играть важную роль в формировании рейтинговой группы субъектов и объектов туристической индустрии, обладающих наибольшей надежностью и безопасностью. Попадание субъекта или объекта туристической индустрии в рейтинговую группу является одновременно его рекламой.

Формирование комплекса услуг для туристов и местных жителей на основе предоставления информации, а также различной деятельности маркетингового и рекламного характера на базе ТИЦ позволят обеспечить успешное развитие региона и страны в целом в туристической индустрии.

В современном обществе туризм является одной из наиболее важных составляющих социально-экономической системы, для успешного функционирования которой необходимы ресурсы. Базовым компонентом постиндустриального развития общества становятся не только экономические, но и информационные ресурсы. В сфере туризма сбор, обработка, использование и передача информации — актуальная задача, успешное решение которой позволяет значительно повысить эффективность туристической деятельности.

Туристские услуги имеют свои особенности. Это — их неосвязаемость и возможность оценки качества только после их оказания.

Поэтому возникает необходимость предоставления потребителю в качестве туристических услуг наиболее полной, комплексной, системной и качественной информации, на основании которой он сделает свой выбор.

Согласно ГОСТ Р 56197—2014 (ИСО 14785:2014), туристский информационный центр (ТИЦ) — это «организация, ответственная за прием и консультации посетителей (потребителей), а также за рекламу услуг, связанных с туризмом»[5]. В примечаниях указанного стандарта ТИЦ также может называться Туристским информационным бюро (ТИБ).

Исходя из вышеуказанного понятия, определены основные функции ТИЦ:

- информирование;
- продвижение.

Цель создания туристских информационных центров состоит в объединении интеллектуального, организационного и финансового потенциалов, а также инновационных усилий всех участников рынка туристских услуг данного муниципального образования, города или региона. Главная задача ТИЦ — создание единого комфортного информационного пространства для более эффективного продвижения местного, регионального и национального турпродуктов на внутреннем и внешнем туристских рынках. В связи с этим необходимо отметить, что ТИЦ — это важное связующее звено между субъектами индустрии туризма и туристом. Стратегическим направлением в деятельности российских ТИЦ является формирование интерактивной туристской карты страны.

Российские туристские информационные центры можно объединить в отдельные группы, признаками которых являются особенности функционирования в дестинации и специфика самих туристских объектов:

- региональные или национальные ТИЦ в региональных административных центрах или столицах;
- зарубежные представительства (офисы) по туризму;

- ТИЦ в крупных туристских исторических центрах (в Лондоне, Берлине, Париже, Мадриде, Москве);
- ТИЦ в курортных дестинациях (местностях);
- ТИЦ в портах и пристанях, на автобусных станциях, в терминалах железнодорожных вокзалов и аэропортов, в узловых транспортных пунктах;
- ТИЦ на пограничных КПП и переходах;
- ТИЦ в национальных парках;
- ТИЦ в тематических парках;
- ТИЦ в музеях, на крупных туристских объектах, в супермаркетах;
- ТИЦ на выставках и на других площадках проведения тематических массовых мероприятий.

Туристские информационные центры перечисленных групп представлены достаточно большим количеством организационно-правовых форм, их более 10 разновидностей.

Эти организации, имея много общего в своей деятельности, отличаются схемами финансирования, выполнением разных функций и предоставлением туристского продукта разными методами с учетом определенного уровня (национальный, региональный, местный) и особенностей конкретной дестинации.

Основными организационно-финансовыми формами ТИЦ в России являются: некоммерческие партнерства, муниципальные организации, государственные или муниципальные учреждения — подразделения региональной или муниципальной администрации, функционирующие как полноценные туристские информационные центры и формирующие подавляющую часть всех своих доходов из бюджетных средств, коммерческие организации (ООО и т. д.).

В большинстве случаев ТИЦ создается администрацией муниципального образования, города, региона в многолюдных местах, в центральной или исторической части города (при крупных туристских объектах, на курортах, на территориях отдыха и развлечения) для оказания информационных и сопутствующих услуг гостям этой территории, экскурсантам, туристам и местным жителям. Такими местами часто бывают узловые пункты прибытия и следования туристских потоков. Наличие действующих туристских информационных центров зачастую свидетельствует о высоком уровне развития туризма в административном образовании. Этот факт характеризует эффективную работу местных властей, направленную на решение проблемы развития туристской дестинации.

Туристские информационные центры — это, как правило, некоммерческие организации, которые имеют системную и качественную информацию о туристских ресурсах данного муниципального образования, города, региона, используемую органами государственной власти для увеличения туристских потоков. Это дает дополнительный доход, который в качестве налогов поступает в местную и государственную казну. Заинтересованные в продвижении своего туристского потенциала административные единицы обеспечивают туристские информационные центры значительной материальной поддержкой (до 95 % расходов на осуществление их деятельности).

Туристские информационные центры большей частью оказывают потребителям бесплатные услуги. В ТИЦ можно бесплатно приобрести сувениры, карты, путеводители, буклеты, получить консультацию и др. Кроме того, туристы бесплатно получают информацию об исторических ценностях региона, экскурсионных и развлекательных программах, средствах размещения и питания, местных достопримечательностях. Вместе с тем ТИЦ могут оказывать и платные услуги. К ним относятся: продажа печатной продукции, содержащей

данные о туристских ресурсах и услугах субъектов туристической индустрии, продажа фотопринадлежностей и туристского снаряжения, бронирование билетов на все виды транспорта, бронирование экскурсионных услуг, бронирование мест для временного проживания туристов и др.

Наряду с распространением информации ТИЦ ведут аналитическую работу, в основе которой — опросы посетителей и специальные исследования. Результатом такой деятельности являются ежегодные отчеты, в которых дается оценка уровня туристской активности и прогнозируется дальнейшее развитие отрасли. Кроме того, большое значение в работе ТИЦ имеет маркетинговая деятельность: изучение рынка туристских услуг, выявление возможностей более активного продвижения туристского продукта, предложения по формированию спроса на туристские услуги муниципального образования, города или региона и др.

С целью повышения эффективности и качества своей работы ТИЦ формируют и сопровождают веб-сайты, отражающие наиболее привлекательные стороны туристского продукта своего муниципального образования, города или региона. Немаловажными моментами регионального масштаба в деятельности ТИЦ являются составление календаря туристских событий и разработка интерактивной карты. Они также выполняют функции системного координатора разнообразных туристских услуг.

В настоящее время все развитые страны имеют разветвленные сети туристских информационных центров, которые успешно функционируют и составляют неотъемлемую часть их современной туристской инфраструктуры.

Мировой опыт стран с развитой индустрией туризма свидетельствует о том, что туристские информационные центры служат основным инструментом обеспечения туристов услугами информационного сервиса, которые делают возможным комфортное и качественное пребывание человека вне среды его постоянного проживания.

Сегодня практически каждый популярный европейский или американский город либо туристский объект имеет разветвленную сеть ТИЦ, что является нормой для территорий, привлекательных для туристов. Уровень оснащения туристских информационных центров и их количество — обязательные элементы статуса и престижа таких территорий. В мировой туристической индустрии ТИЦ обозначаются зеленой латинской буквой «I».

Туристским информационным центрам в каждой стране присущи свои отличительные черты, влияющие на их имидж. Так, работники ТИЦ Парижа славятся креативностью и артистичностью; в Барселоне ТИЦ отличаются низкими ценами на путеводители и сувениры; в США ТИЦ оперативно и качественно оказывают услуги по предоставлению ночлега гостям; в Англии ТИЦ продают туристам билеты в кино, цирк и театры.

Однако, несмотря на различия в предоставлении услуг, юридической организации и механизмах финансирования, деятельность туристских информационных центров во всем мире имеет единую цель — оказание оперативной и качественной помощи туристам.

В США разветвленную систему туристских информационных центров имеет каждый штат. Обычно ТИЦ располагаются у границ штата (вблизи автомагистралей), в городах, а также около значимых достопримечательностей. Такие ТИЦ предоставляют туристам необходимую информацию бесплатно. Финансирование деятельности центров происходит из местных бюджетов штатов за счет налоговых поступлений от действующих отелей.

Управление туристскими информационными центрами осуществляет администрация штата, на территории которого они находятся.

В Австралии ТИЦ (Центры посетителей) обеспечивают туристов запрашиваемой информацией о месте их временного пребывания, средствах размещения, а также занимаются оформлением туров. Деятельность ТИЦ в стране регулируют органы управления штатов или местные органы власти. Кроме того, действующей сетью туристских информационных центров управляет Ассоциация туроператоров от имени правительства.

В Италии, Германии и Испании туристскими информационными центрами управляют Национальные комитеты по туризму.

В Великобритании управление общенациональной сетью ТИЦ (их более 800) возложено на Британский туристский департамент (British Tourist Authority, BTA), который использует для этого Организацию связей с общественностью и онлайн вебсайт VisitBritain, находящиеся в его ведении. С общенациональной сетью ТИЦ тесно сотрудничают также те центры, которые находятся в подчинении частных организаций и местных органов власти.

Во Франции туристские ТИЦ выполняют четыре функции: информационную, организационную, коммерческую и маркетинговую. Они подчиняются региональным (муниципальным) советам и имеют своей целью увеличение количества внешних и внутренних потоков туристов, повышение имиджа страны в целом и ее регионов, как привлекательных дестинаций. Такая политика, проводимая государством в сфере туризма, направляет деятельность ТИЦ на предоставление гостям достоверной информации по их запросам, организацию праздничных мероприятий, координацию действий заинтересованных участников туристского рынка на территории регионов.

С целью продвижения инноваций в туризме в Финляндии создана специальная государственная организация — национальный совет по туризму. Она, используя инструменты современного маркетинга, продвигает Финляндию на международном туристском рынке как привлекательную туристскую дестинацию. В своей работе финский совет по туризму одним из первых стал использовать электронные информационные и коммуникационные технологии, сотрудничая, согласно выработанной стратегии, с предприятиями туристской индустрии и смежными заинтересованными организациями[7].

За рубежом туристские информационные центры часто встречаются на крупных вокзалах, в международных аэропортах и пользующихся известностью супермаркетах (Абу-Даби, Лондон), размещаются они и в популярных исторических городских центрах (Хельсинки, Прага). Такие ТИЦ имеют разветвленную инфраструктуру.

Основными моделями создания системы ТИЦ за рубежом являются государственные (муниципальные) предприятия и частный бизнес.

Первая модель предполагает полное государственное финансирование ТИЦ и полное их подчинение региональным и муниципальным органам власти. Такая модель может выступать в централизованной или децентрализованной форме.

Вторая модель создания и управления ТИЦ основана на привлечении частного бизнеса. Такие туристские информационные центры могут быть частными (полностью финансируются представителями бизнеса) или смешанными (финансируются государством и представителями бизнеса): Финляндия, Италия, Испания, Болгария, Китай, Швейцария, США, Эстония, Бразилия.

Практика создания ТИЦ началась в странах с развитием индустрии туризма во 2-й половине XX в., активно стала пропагандироваться в России и странах СНГ в начале 2000-х гг. Так, в Модельном законе «О туристской деятельности» (принятом постановлением на 27-м пленарном заседании Межпарламентской ассамблеи государств-участников СНГ от 16.11.2006 № 27—15) говорится о создании и функционировании Единой информационной системы, предназначенной для формирования и развития:

- информационного туристского пространства и сотрудничества в этой сфере государств-участников СНГ;
- национальных туристских информационных систем и туристско-информационных центров.

При Межпарламентской Ассамблее государств-участников СНГ создан Центральный ТИЦ, содержание которого осуществляется на принципах совместного участия в его финансировании государств, принявших Модельный закон «О туристской деятельности». Функционирование Центрального туристского информационного центра направлено на информационное обеспечение органов госвласти, создание и использование единой методики информационного обеспечения туристских информационных центров дести-наций, формирование и ведение единой базы данных о туристских продуктах, трансграничных маршрутах и другой консолидированной информации о туризме[8].

Наиболее интенсивное формирование ТИЦ в России отмечено в период с 2011 по 2014 г. Сейчас они активно функционируют во многих региональных центрах страны (Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Владимир, Калининград, Великий Новгород, Екатеринбург, Казань, Петрозаводск и др.).

Одним из старейших туристских информационных центров России является новгородская «Красная изба» — этот центр был создан в 2001 г. при участии международных программ TESIS City Twinning по примеру ТИЦ Страсбурга. В период своей деятельности ТИЦ «Красная изба» неоднократно менял и организационно-правовой статус, и концепцию развития, неизменно выполняя при этом три главные задачи:

- осуществлять продвижение Великого Новгорода как туристской дестинации;
- повышать комфортность и качество приема гостей;
- консолидировать усилия представителей туристского бизнеса и органов власти в развитии туристской индустрии региона.

В соответствии с распоряжением Правительства РФ от 31.05.2014 № 941-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года» в 10 регионах Республики Крым действуют более 20 ТИЦ. Они расположены в Керчи, Саки, Симферополе, Ялте, в Судакском, Евпаторийском и Феодосийском регионах, а также в Бахчисарайском, Черноморском и Ленинском районах, из них более половины — круглогодичные.

Сегодня туристские информационные центры успешно функционируют и в относительно небольших городах, имеющих интересное историко-культурное наследие, таких как Великий Устюг, Углич, Ростов, Воронеж. Нередко такие ТИЦ осуществляют свою деятельность на разных языках. Аналогичные центры действуют и на других территориях, обладающих рекреационным потенциалом активного и экологического туризма (Алтай, Карелия, Хакасия). В Сибирском регионе также создаются туристские информационные центры.

Необходимо отметить, что, во-первых, основная доля действующих ТИЦ приходится на европейскую часть России, во-вторых — имеет место значительное отставание наличия туристских информационных центров в нашей стране от ведущих зарубежных стран[9].

Принципиальные различия в организации, управлении и осуществлении деятельности ТИЦ (выбор организационно-правовой формы, постановка главных целей, задач, определение модели построения и условий финансирования) предопределили возникновение различных проблем при создании и дальнейшем их развитии в России.

Ключевые проблемы российской системы ТИЦ:

- несовершенство законодательно-нормативного обеспечения;
- отсутствие системного финансирования;
- отсутствие единого информационного пространства;
- отсутствие единых стандартов функционирования ТИЦ;
- отсутствие единых стандартов оформления материалов.

Из отмеченных проблем важнейшей проблемой развития системы ТИЦ является их финансирование, т. к. расходы на создание ТИЦ могут окупиться не ранее среднесрочной перспективы. Это приводит к тому, что отдельные ответственные руководители отводят туристским информационным центрам малозначимую роль при формировании экономической политики региона. На решение этой проблемы нацелено формирование кластерных программ развития регионального туризма, в которых ТИЦ входит в инфраструктуру региона как обязательный элемент и имеет гарантированное финансирование. Определенные успехи в этом направлении были достигнуты в Ельце и Чаплыгине Липецкой области, а также в Кемеровской области, где формируются туристско-рекреационные зоны (кластеры).

Наряду с ключевыми существуют и типичные проблемы современных ТИЦ, к ним относят:

- нечеткость целей и постановки задач;
- отсутствие единой методологической базы изучения туристских ресурсов;
- кадровый дефицит;
- узкая информационная база;
- недостаточность изучения современной туристской мотивации;
- недостаточное использование возможностей представления объектов туристского показа и туристских маршрутов в формате геоинформационной системы;
- недостаточное представление о когнитивной карте России и ее регионах;
- отсутствие системного анализа и конструктивного подхода к проблеме исследования структуры и особенностей современного информационного туристского пространства;
- трудности в формировании привлекательного имиджа региона.

С целью решения указанных и других проблем была создана Национальная Ассоциация информационно-туристских организаций, которая осуществляет деятельность по формированию единого туристского информационного пространства и помогает эффективному развитию туристско-информационной инфраструктуры в РФ, привлекая для этого все большее количество ТИЦ к сотрудничеству по всей стране.

Таким образом, опыт создания и ведения организационно-управленческой деятельности туристских информационных центров в России и за рубежом свидетельствует о том, что:

- ТИЦ как ускоритель организованного и самодеятельного движения туристских потоков, повышает его качество;

- при функционировании ТИЦ происходит установление обратных связей с туристом, что способствует рациональному и эффективному развитию инфраструктуры туристского региона, а также помогает регулированию туристских потоков;

- ТИЦ, влияя на региональную туристскую систему, воздействует на ее внешнюю среду и способствует развитию смежных отраслей экономики данной дестинации.

Эффективная работа туристских информационных центров предполагает максимальное приближение туристских услуг к потребителям. Это предопределило создание туристских информационных, или туристских экскурсионных пунктов (ТИП, или ТЭП), которые подключаются к единой сети ТИЦ. Такая сеть является одним из значимых факторов, определяющих эффективность развития въездного и внутреннего туризма и способствует формированию России как туристского бренда.

Осуществление системного подхода к формированию сети туристских информационных центров на территории субъектов РФ открывает возможности решения главной задачи региональной политики государства: создание реальных условий для комплексного, гармоничного и эффективного развития регионов, а также роста благосостояния населения.

Источник:

https://studme.org/417089/turizm/turistskiy_informatsionnyy_tsentr_instrument_prodvizheniya_turizma_destinatsii

Вопросы для самоподготовки:

1. Какова роль туристического информационного центра в организации туризма на территории?

2. Какие функции и задачи выполняет туристический информационный центр?

3. Какие методы и инструменты используются в работе туристического информационного центра?

4. Как разработать стратегию работы туристического информационного центра на конкретной территории?

5. Как оценить эффективность работы туристического информационного центра и какие меры можно предпринять для ее улучшения?

**Приложение № 2 к методическим материалам
по дисциплине (модулю). Конспекты
практических (семинарских) занятий по
дисциплине (модулю)**

**КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Задания к разделу 1.

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

- Сформулировать, что такое территориальная организация туризма и какие элементы в нее входят.

- Ознакомиться с классификацией ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

-Сформулировать, какие ресурсы, факторы и условия влияют на развитие туризма в регионе.

- Определить роль территориальной организации туризма в развитии туристической индустрии.

- Рассмотреть примеры успешной территориальной организации туризма и выявить факторы, которые способствовали ее развитию.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие туристско-рекреационных ресурсов. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Туристские активы и пассивы. Туристская инфраструктура. Туристский потенциал.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Структура туристского потенциала территорий. Аттракции. Инвентаризация и паспортизация туристских ресурсов, факторов и условий территорий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Кадастр туристских ресурсов. Географические информационные системы и карты в туризме	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 1: ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Форма практического задания: кейс-задание

Кейс-задание для выполнения:

Используя интернет-ресурсы рассмотреть разработанные в Российской Федерации паспорта регионов РФ и сделать их анализ:

1. Республика Алтай URL: https://altai-republic.ru/tourism/tourist_passport.pdf

2. Красноярский край URL: <https://visitsiberia.info/turpasport.html>

На основе проделанного анализа, сделать проект паспорта территории (по выбору студента) и представить его на защиту.

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА. Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.

3. Цели занятия.

-Понять, что такое туристические ресурсы и как их оценивать.

-Изучить факторы и условия, влияющие на развитие туризма на территории.

- Оценить потенциал территории для развития туризма и выявить возможности для его улучшения.

-Изучить конкурентоспособность территории в туристической индустрии и определить ее преимущества и недостатки.

- Разработать стратегии и рекомендации для улучшения туристического потенциала и конкурентоспособности территории.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Оценка конкурентоспособности территорий. Интерпретация туристских активов и потенциала территорий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Методика формирования перечня искусственных мотиваций туристов для развития туризма в российских регионах.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 1: ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Форма практического задания: кейс-задание

Кейс-задание для выполнения:

Используя интернет-ресурсы рассмотреть разработанные в Российской Федерации паспорта регионов РФ и сделать их анализ:

1. Республика Алтай URL: https://altai-republic.ru/tourism/tourist_passport.pdf

2. Красноярский край URL: <https://visitsiberia.info/turpasport.html>

На основе проделанного анализа, сделать проект паспорта территории (по выбору студента) и представить его на защиту.

Задания к разделу 2:

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма.

Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

-Определить основные туристические ресурсы территории и их потенциал для развития туризма.

- Изучить факторы, влияющие на развитие туризма на территории, и оценить их влияние на конкурентоспособность территории.

- Определить сильные и слабые стороны туристической инфраструктуры территории и предложить меры по ее улучшению.

- Изучить потенциал территории для развития различных видов туризма и определить наиболее перспективные направления.

- Разработать стратегию развития туризма на территории, учитывая ее потенциал, конкурентоспособность и факторы, влияющие на развитие туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Учение о географических системах. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма. Концепции производственных циклов. Концепции ресурсных циклов. Формы территориальной организации туризма: ареал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Теория географического положения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Концепция ресурсного потенциала. Теория географического разделения труда. Теория о территориально-производственном комплексе. Концепция кластеров. Концепция опорного каркаса территории. Теория Штандрота. Теория районирования. Теория зонирования. Концепция поляризованного ландшафта.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Концепция природных рубежей контрастности. Теория «Центр-Периферия». Концепция цикличности рекреационной деятельности человека. Теория	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

	регионализма. Маршрутные концепции. Формы территориальной организации туризма: ареал, сеть, маршрут, зона, район, пояс, регион. Туристское районирование.	
--	---	--

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 2: УЧЕНИЯ, КОНЦЕПЦИИ И ФОРМЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

Используя интернет-ресурсы изучить реализованные в РФ проекты туристско-рекреационных кластеров и составить свой проект мастер-плана туристско-рекреационного кластера территории (по выбору студента). Результаты представить в формате защиты проекта.

Содержание мастер-плана туристско-рекреационного кластера:

1. Обоснование модели функционирования территории и конкурентных преимуществ туристско-рекреационного кластера.

2. Ключевая идея и позиционирование проекта

3. Экологический контекст ТРК

4. Функциональное зонирование ТРК. Архитектурно-планировочные и архитектурно-ландшафтные решения

5. Социокультурное программирование, целевые аудитории и стейкхолдеры

6. рамочные технико-экономические показатели и экономическое обоснование проекта

7. Модель управления и долгосрочные перспективы развития кластера.

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма.

Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

1. Уяснить различных форм территориальной организации туризма и их особенностей.

2. Ознакомиться с примерами успешной реализации различных форм территориальной организации туризма.

3. Исследовать преимуществ и недостатков различных форм территориальной организации туризма.

4. Разработать стратегии территориальной организации туризма на конкретном примере.

5. Оценить эффективности выбранной формы территориальной организации туризма и ее влияния на развитие туризма в регионе.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
-------	---------------------	----------------------------

1.	Туристский центр. Туристская дестинация. Туристский комплекс. Туристский кластер. Кластерная политика	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Формирование туристских кластеров. Мастер-план туристско-рекреационного кластера.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Управление территориальной организацией туристских потоков. Стратегии и тактики управления туристскими потоками	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 2: **УЧЕНИЯ, КОНЦЕПЦИИ И ФОРМЫ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА**

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

Используя интернет-ресурсы изучить реализованные в РФ проекты туристско-рекреационных кластеров и составить свой проект мастер-плана туристско-рекреационного кластера территории (по выбору студента). Результаты представить в формате защиты проекта.

Содержание мастер-плана туристско-рекреационного кластера:

1. Обоснование модели функционирования территории и конкурентных преимуществ туристско-рекреационного кластера.
2. Ключевая идея и позиционирование проекта
3. Экологический контекст ТРК
4. Функциональное зонирование ТРК. Архитектурно-планировочные и архитектурно-ландшафтные решения
5. Социокультурное программирование, целевые аудитории и стейкхолдеры
6. рамочные технико-экономические показатели и экономическое обоснование проекта
7. Модель управления и долгосрочные перспективы развития кластера.

Задания к разделу 3:

1. **ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

2. **РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА.** Тема 3.1. Территориальная туристская система

3. Цели занятия.

1. Исследовать понятие "территориальная туристская система" и ее роли в развитии туризма.

2. Ознакомиться с основными элементами территориальной туристской системы и их взаимодействием.

3. Изучить методов и инструментов анализа и планирования территориальной туристской системы.

4. Разработать стратегии развития территориальной туристской системы на основе анализа ее потенциала и конкурентоспособности.

5. Оценить эффективности реализации стратегии развития территориальной туристской системы и корректировка планов в соответствии с изменениями внешней среды.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Туристская система. Сущность территориальных туристских систем (ТРС), эволюция подходов к исследованию. Матрица связей подсистем ТРС.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Географические элементы туристской системы. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 3: СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.

2. Подходы к исследованию территориальных туристских систем.

3. Концепции территориальной организации туризма.

4. Развитие территориальных туристских систем.

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА. 3.2. Концепции территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

-Понимание сущности концепции территориальной организации туризма и ее роли в развитии туризма на местном и региональном уровнях.

-Изучение основных принципов и подходов к организации территориального туризма, включая формирование туристических маршрутов, создание туристических продуктов и маркетинговую стратегию.

- Анализ примеров успешной организации территориального туризма в разных регионах мира и изучение их опыта.

- Разработка практических рекомендаций по организации территориального туризма на конкретной территории, учитывая ее особенности и потенциал.

-Оценка влияния территориальной организации туризма на экономическое и социальное развитие региона, а также на сохранение культурного и природного наследия.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Подходы к исследованию территориальных туристских систем: сопряженно-подсистемный, структурно-динамичный, функционально-территориальный, классификационно-таксономический территориальный, сетевой подходы. Концепции территориальной организации туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Развитие территориальных туристских систем. Базовые вопросы развития туристских систем. Фазы развития туристских центров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 3: СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Территориальная туристская система как комплексное общественно-природное образование.

2. Подходы к исследованию территориальных туристских систем.

3. Концепции территориальной организации туризма.

4. Развитие территориальных туристских систем.

Задания к разделу 4:

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма.

3. Цели занятия.

- Исследование сущности стратегического планирования в туризме.

-Ознакомиться с методами и инструментами стратегического планирования в туризме.

-Разработать стратегии развития туризма на конкретной территории.

-Оценить эффективность стратегии развития туризма.

- Исследование важности стратегического планирования для устойчивого развития туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность стратегического планирования в туризме. Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма. Федеральные целевые программы развития туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Подпрограммы государственных программ. Национальные проекты. Стратегия развития. Мастер-план как инструмент стратегического территориального планирования развития туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Мастер план туристской территории. План развития туристской территории.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 4: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ДОКУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ, МАСТЕР-ПЛАН, ТУРИСТСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Стратегия развития туризма в России до 2035 года
2. Документы стратегического планирования субъектов РФ
3. Государственная программа города Москвы «Развитие городской среды, Подпрограмма «Индустрия отдыха и туризма на территориях парков культуры и отдыха, музеев-заповедников и музеев-усадеб»»
4. Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге»
5. Государственная программа Республики Алтай «Развитие экономического потенциала и предпринимательства» Подпрограмма «Развитие внутреннего и въездного туризма».

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр. Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма.

3. Цели занятия.

- Исследовать роли туристического информационного центра в организации туризма на территории.

- Ознакомиться с функциями и задачами туристического информационного центра.

- Исследовать методов и инструментов, используемых в работе туристического информационного центра.

- Разработать стратегии работы туристического информационного центра на конкретной территории.

- Оценить эффективность работы туристического информационного центра и разработка мер по ее улучшению.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Цели и задачи туристского информационного центра. Информационное обслуживание.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Продвижение бренда туристской территории. Сбор и анализ статистики в сфере туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание практического (семинарского) занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Формулирование темы занятия. Использование вводного примера, описание ситуации, демонстрация какого-либо процесса и т. д. (в зависимости от вида, замысла лекции и её структуры)

Тема практического занятия 4: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: ДОКУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ, МАСТЕР-ПЛАН, ТУРИСТСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Стратегия развития туризма в России до 2035 года
2. Документы стратегического планирования субъектов РФ
3. Государственная программа города Москвы «Развитие городской среды, Подпрограмма «Индустрия отдыха и туризма на территориях парков культуры и отдыха, музеев-заповедников и музеев-усадеб»»
4. Государственная программа Санкт-Петербурга «Развитие сферы туризма в Санкт-Петербурге»
5. Государственная программа Республики Алтай «Развитие экономического потенциала и предпринимательства» Подпрограмма «Развитие внутреннего и въездного туризма».

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА

Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.

Условия и факторы рекреационного районообразования



Источник: <https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1flvDU30r8y/slide-7.jpg>

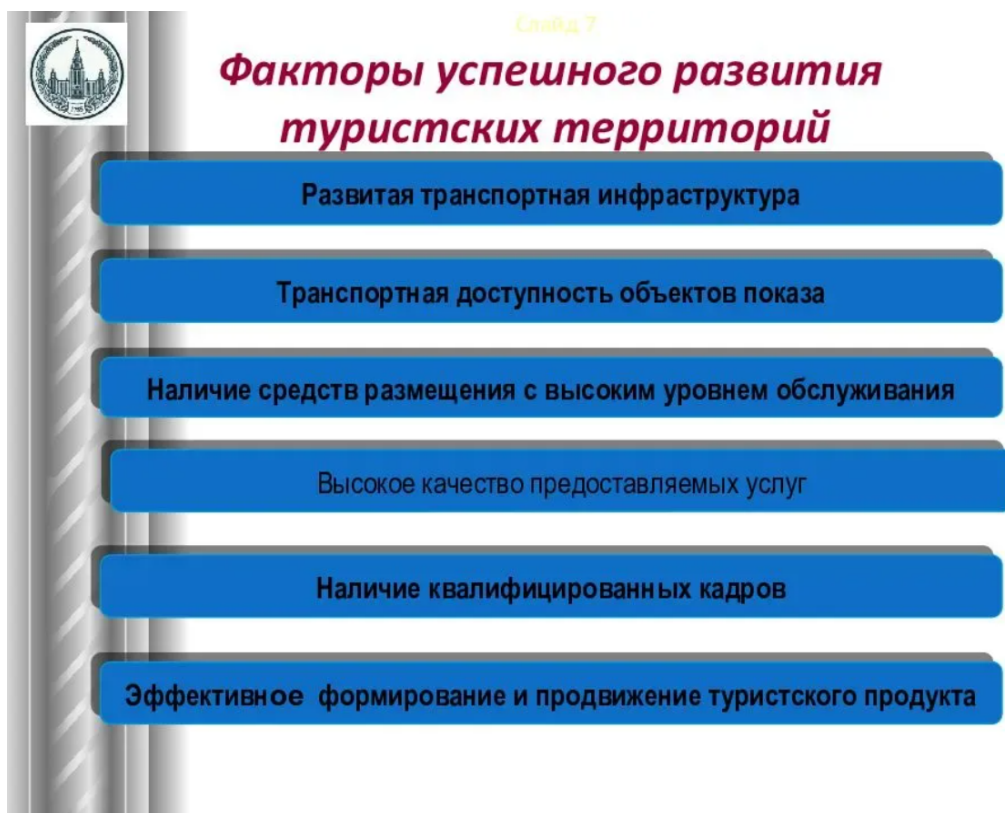
[https://cf.ppt-](https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1flvDU30r8y/slide-7.jpg)

Классификация туристских ресурсов



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/w/wElRXF6rN4Wk5pqqZ9yzbxDdIUQaHcvtmVnTKjSO0C/slide-8.jpg>

Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.



Источник: https://s1.slide-share.ru/s_slide/25ebb965e82671bd817620c4d97c9f64/c7c609c7-726d-

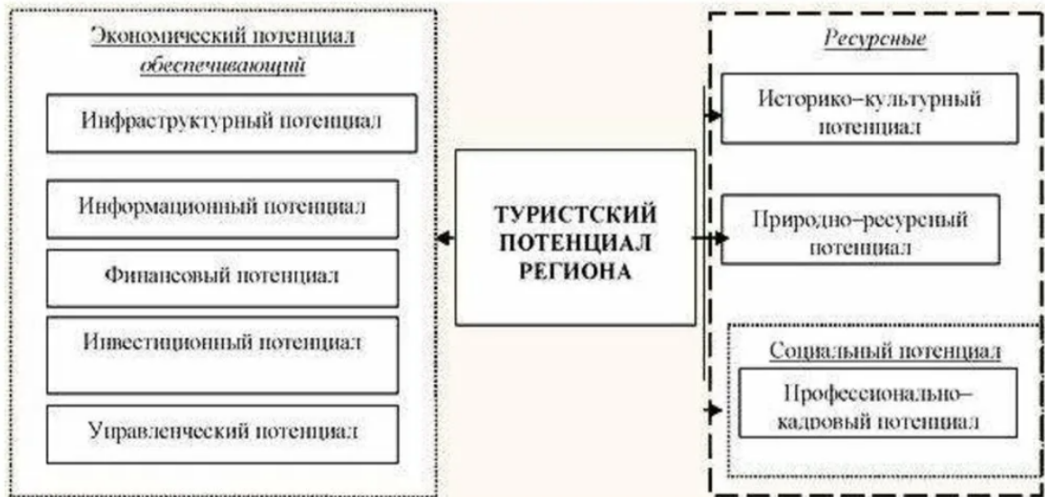


Рисунок 1 - Элементный состав туристского потенциала региона

Источник: <https://ufa-welcome.ru/800/600/http/cf2.ppt-online.org/files2/slide/1/15oXbJnv3U6EzfO9iB4HkWdxK8Ny0mMw2tsuPGScQ/slide-3.jpg>

РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма

Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма

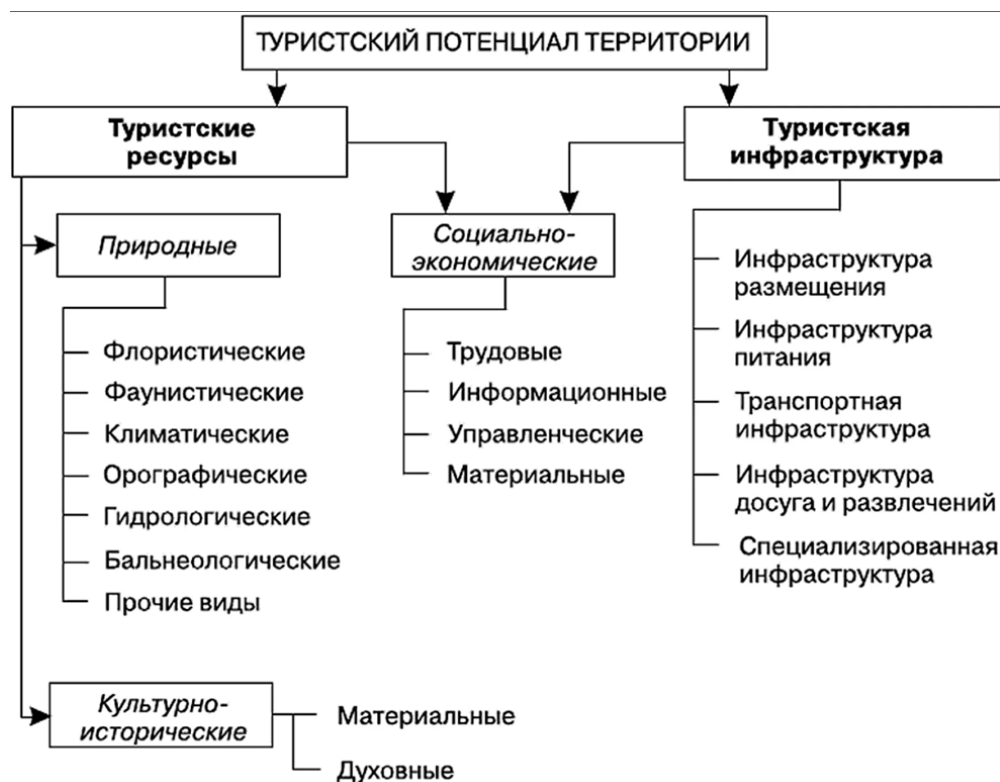


Источник: <https://ozlib.com/htm/img/23/20484/3.png>

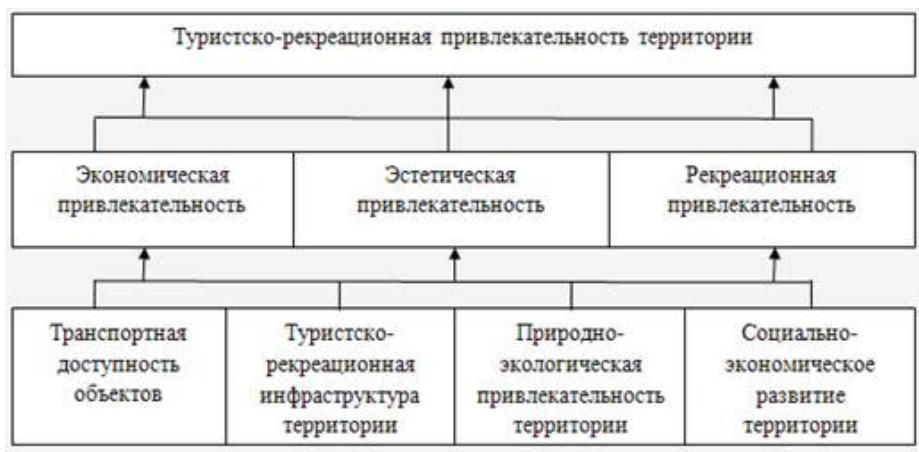


Источник: <https://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>

Тема 2.2. . Формы территориальной организации туризма



Источник: <https://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>



https://vuzlit.com/imag_/34/95308/image003.jpg

РАЗДЕЛ 3. Системный подход к территориальной организации туризма.

Тема 3.1. Территориальная туристская система

**Туристско-рекреационная система
состоит из взаимосвязанной системы туристско-рекреационных каркасов**

Площадные - геолого-геоморфологический, ландшафтный, экологический, селитебный, культурно-исторический

Линейно-узловые - транспортный, энергетический, информационный, водоснабжения и канализации (коммунальный) и др.

Этно-социальные - формируется из местных жителей и рекреантов и является «живой соединительной тканью» туристско-рекреационной зоны

Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/5/462839/2378912e02974fe358af0af3fa01d3ed-800x.jpg>

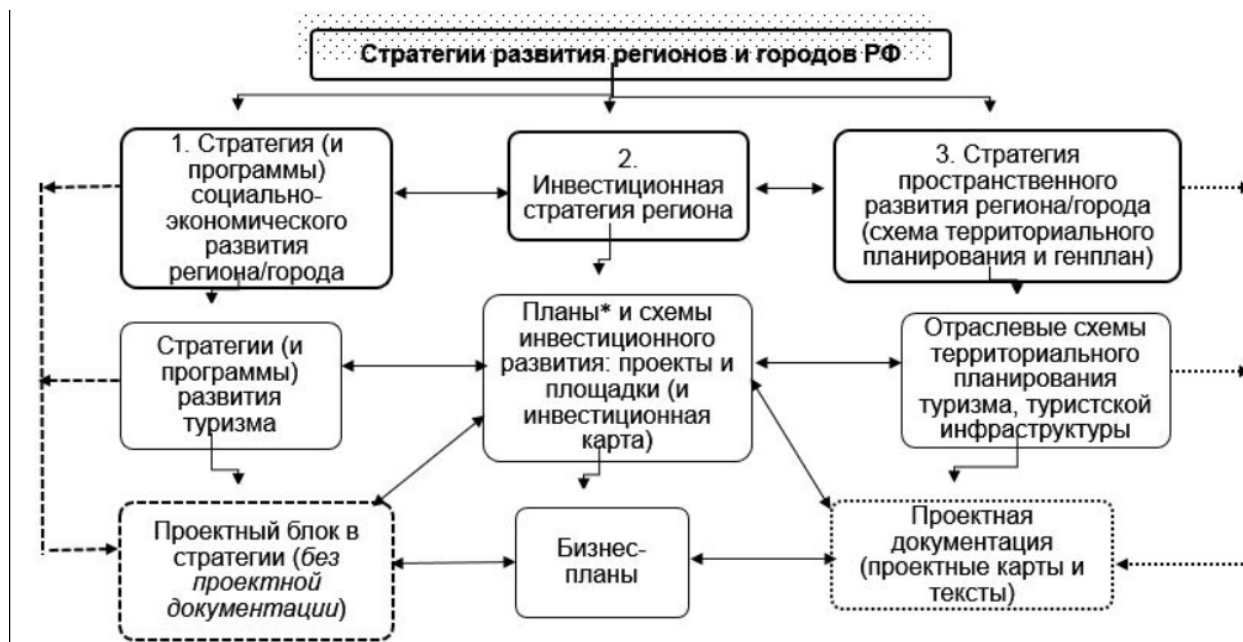
2. Туристско-рекреационная система (комплекс)

Матрица связей подсистем территориальной рекреационной системы

Подсистемы	Состояние подсистем				
	Группы отдыхающих	Природные и культурные комплексы	Технические сооружения	Обслуживающий персонал	Орган управления
Группы отдыхающих	–	Емкость. Устойчивость. Комфортность. Аттрактивность	Разнообразие. Емкость. Комфортность	Профессионализм	Информированность
Природные и культурные комплексы	Ритмичность. Избирательность	–	Экологичность	Регуляция. Рекультивация	Нормативное обеспечение
Технические сооружения	Гомогенность	Ресурсообеспеченность. Надежность	–	Трудообеспеченность. Занятость	Фондообеспеченность
Обслуживающий персонал	Технологичность	Комфортность	Фондовооруженность	–	Профилактичность
Орган управления	Равномерность	Гигиеничность	Загруженность. Технологическая готовность	Квалификация	–

Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/4/333388/67f4a8b59d3414ca2199a298d77bf0ed-800x.jpg>

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма



Источник: <http://texts.lib.tversu.ru/texts/EOR/ucheb/12743d/1.jpg>

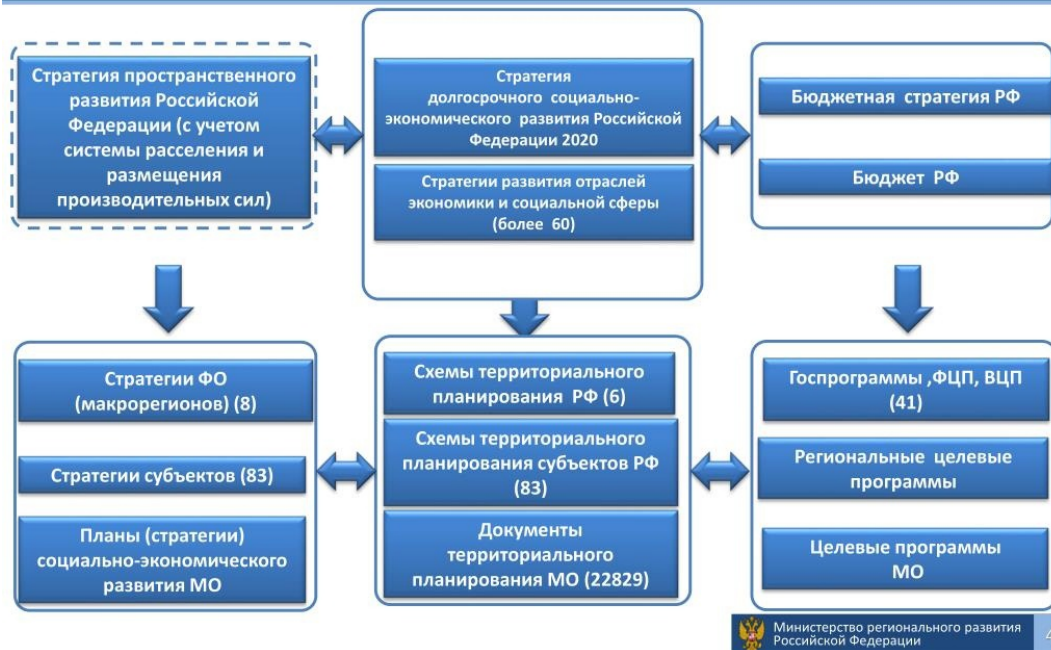
По размещению кластера	<ul style="list-style-type: none"> • национальный туристский кластер, в т.ч. региональный и межрегиональный туристский кластер; • приграничный туристский кластер.
По требляющему иду деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • туристско-рекреационный кластер; • курортно-туристский кластер.
По цели путешествий	<ul style="list-style-type: none"> • культурно-познавательный туристский кластер; • эко-, агротуристический кластер; • этнографический туристский кластер; • развлекательный туристский кластер; • спортивно-туристский кластер и т.д.
По используемому транспорту	<ul style="list-style-type: none"> • автотуристский кластер.
По концентрации дестинаций	<ul style="list-style-type: none"> • элементарный туристский кластер; • сложный туристский кластер.
По требляющему природному туристскому ресурсу	<ul style="list-style-type: none"> • водные кластеры: морской, речной, озерный кластер; • лесной кластер; • горный кластер; • смешанный кластер.
По особенностям географического каркаса кластера	<ul style="list-style-type: none"> • ленточный туристский кластер; • звездочный туристский кластер; • рассредоточенный туристский кластер.

Источник: https://e.120-bal.ru/pars_docs/refs/26/25105/25105_html_5f84fbda.png

РАЗДЕЛ 4. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 4.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма

Структура планирования развития территорий

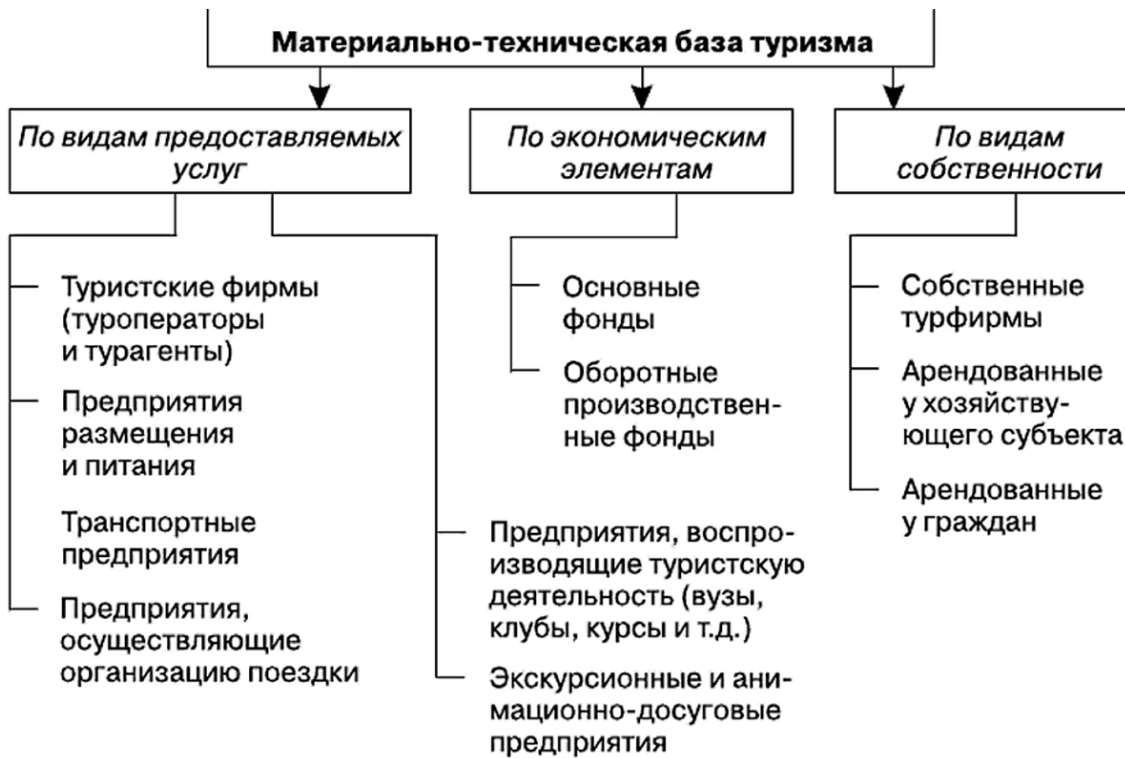


Источник: https://sun9-3.userapi.com/impf/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c_uniq_tag=4uz1DW6lfwO5ZD7_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album



Источник: <https://studref.com/htm/img/34/9672/4.png>

Тема 4.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма



<https://bstudy.net/htm/img/19/13379/24.png>



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива (институт) на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 516 от 08.06.2017г	Протокол заседания Ученого совета института № 2 от «27» 04 2023 года	01.09.2023
2.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__ . __ . ____
3.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__ . __ . ____
4.	*	Протокол заседания Ученого совета факультета № ____ от « ____ » ____ 20 ____ года	__ . __ . ____