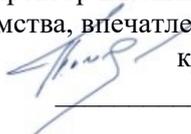




**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный социальный университет»**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Высшая школа индустрии  
гостеприимства, впечатлений и социального  
креатива (институт)  
  
К.К. Поздняков  
29 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

## **Бизнес-планирование в индустрии туризма**

**Направление подготовки  
43.03.02 «Туризм»**

**Направленность  
«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

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

Москва 2024

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Бизнес-планирование в индустрии туризма» 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) «Бизнес-планирование в индустрии туризма» разработана 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 № 7 от «\_27\_» \_февраля\_ 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент



В.Ш. Хетагурова

---

(подпись)

## 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.....	18
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).....	38
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	38
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	45
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	45
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	52

# 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
<b>РАЗДЕЛ 1. Понятие, цели, сущность проектирования в туризме.</b>	
Тема 1.1 Роль и значение проектов в туристической индустрии	Проектирование в туризме; цели; задачи и функции. Туристский проект. Процесс создания и реализации проекта. Проектная документация. Технологическая документация. Проектирование контроля качества.
Тема 1.2 Функции управления проектами, этапы, планирование, контроль	Проект и управление проектом. Функции управления проектами. Управление проектами. Этапы процесса управления проектами. Функции управления проектом (области знаний) планирование, организацию, регулирование, реализацию, мотивацию, контроль. Управление проектом по временным параметрам. Календарные планы.
<b>РАЗДЕЛ 2. Управление основными подсистемами проекта</b>	
<b>Тема 2.1 Качество и риски как объекты управления</b>	Проектный риск и неопределенность. Классификация факторов (причин) рисков. Типы риска. Классификация проектных рисков. Проектный риск. Классификация потерь в связи с наступлением рискованного события. Управление проектными рисками. Качественный и количественный анализ проектных рисков. Характеристика методов и анализа рисков. Планирование качества: инструменты и методы. План управления качеством. Команда управления проектом в области качества. Результаты оценки качества. Инструменты и методы планирования качества. Аудит качества.
<b>Тема 2.2 Управление</b>	Команда проекта. Требования к членам команды проекта.

<b>командой проекта и коммуникациями.</b> <b>Управление стоимостью</b>	Методы формирования команды проекта. Структуры команды проекта. Стили руководства командой проекта. Делегирование ответственности и полномочий членам команды проекта. Оценка членов команды проекта. Разрешение конфликтов в команде проекта. Мотивация команды проекта. Установление обратной связи.
<b>РАЗДЕЛ 3. Концептуальные основы бизнес- планирования</b>	
Тема 3.1 Методика бизнес-планирования	Основные подходы к организации плановой работы хозяйствующих субъектов в настоящее время. Сущность бизнес-плана, его цели и задачи. Роль и значение бизнес-плана для малого и среднего бизнеса. Внутренние и внешние цели бизнес-плана. Основные этапы разработки бизнес-плана.
Тема 3.2 Структура и содержание бизнес-плана	Характеристика раздела «Резюме». Характеристика раздела «Организационная структура предприятия». «Выбор вида деятельности» - основные вопросы раздела. Что является основой для разработки «Плана маркетинга». Производственный план (содержание раздела). Последовательность разработки финансового плана.

### ***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.

- Познавательные-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 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. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ**

### ***Тема 1.1 Роль и значение проектов в туристической индустрии***

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Роль и значение проектной деятельности в туристической индустрии
2. Привести примеры проектов в туризме (национальные, региональные, местные).
3. Предпосылки и суть управления проектами. Определение проекта.
4. Краткая история управления проектами.
5. Перспективы развития управления проектами.

### ***Тема 1.2 Функции управления проектами, этапы, планирование, контроль***

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Управляемые параметры проекта
2. Сущность управления проектами.
3. Жизненный цикл проекта.
4. Особенности управления проектами на прединвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной фазах.
5. Проблематика управления проектами.

## **РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ПРОЕКТА**

### ***Тема 2.1. Качество и риски как объекты управления***

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Основные принципы проектного планирования.
2. Проектное планирование. Основные подпроцессы (задачи) планирования.
3. Проектное планирование. Вспомогательные подпроцессы (задачи), определяемые видом проекта.
4. Содержание проектного планирования. Система планов в управлении проектами.
5. Бизнес-планирование как подсистема управления проектом.
6. Проектный риск и неопределенность. Классификация факторов (причин) рисков.
7. Типы риска. Классификация проектных рисков.
8. Проектный риск. Классификация потерь в связи с наступлением рискованного события.
9. Управление проектными рисками. Этапы процесса управления риском.
10. Качественный и количественный анализ проектных рисков. Характеристика методов анализа рисков.
11. Методы снижения проектных рисков.
12. Управление проектными рисками в туристической индустрии
13. Управление инновационными проектами в туризме.
14. Классификация рисков.
15. Понятие и значение вероятности в процессе управления риском.
16. Достоинства и недостатки различных методов измерения риска.

### ***Тема 2.2. Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.***

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Чем можно управлять в проектной работе?
2. Системный подход к проектному управлению.

3. Планирование проекта. Процессы и уровни планирования. Сетевые графики.
4. Технология временных графиков.
5. Диаграмма Ганта. Основные положения, область применимости.
6. Методика PERT. Область применения, основные характеристики.
7. Типичные ошибки планирования и их последствия.

### **РАЗДЕЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЯ**

#### ***Тема 3.1. Методика бизнес-планирования***

##### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Роль и значение бизнес-плана для малого и среднего бизнеса.
2. Внутренние и внешние цели бизнес-плана.
3. Основные этапы разработки бизнес-плана.
4. Анализ и исследование в процессе социального проектирования/
5. Организация кооперации в процессе социального проектирования.
6. Организационная структура инновационной программы. Общие принципы построения организационных структур.
7. Содержание проектного планирования. Система планов в управлении инновационной программой.
8. Содержание проектного планирования. Система планов в управлении инновационной программой.

#### ***Тема 3.2. Структура и содержание бизнес-плана***

##### **Вопросы для самоподготовки:**

9. План движения денежных средств
10. Прогнозный баланс
11. Анализ чувствительности проекта.
12. Организационный план (деловое расписание)
13. План финансового оздоровления
14. Типичные ошибки при разработке бизнес-плана
15. Опишите предпринимательские риски в бизнес – плане.

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

## РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

### Тема 1.1 Роль и значение проектов в туриндустрии



### Тема 1.2 Функции управления проектами, этапы, планирование, контроль

#### Метод планирования диаграмма Гантта



5.) Определение длительности операций происходит следующим образом:

Оценка длительности операций или объемов работ – оценка количества рабочих временных интервалов или объемов работ, необходимых для завершения отдельных операций.

Необходимая информация

- :Перечень операций.
- Объемы работ на операциях.
- Потребности операций в ресурсах.
- Производительности ресурсов

Методы определения длительности операций:

- Экспертный.
- По аналогам.
- Нормативы.
- Моделирование

## РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ПРОЕКТА

### Тема 2.1. Качество и риски как объекты управления

## 10). Планирование взаимодействия

Планирование взаимодействия – это определение потоков информации и способов взаимодействия, необходимых для участников проекта.

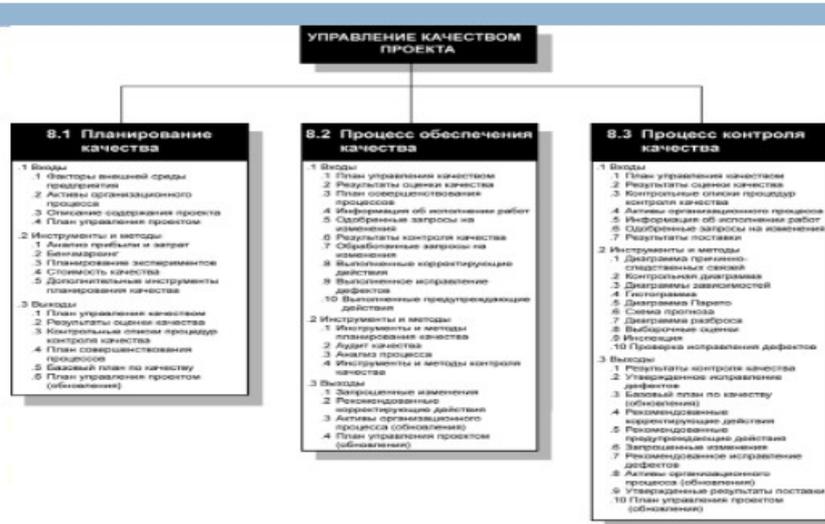
Необходимая информация:

- Организационная структура и распределение ответственности проекта.
- Направления, подразделения и специалисты, вовлеченные в проект.
- Потребности во внешней информации.
- Технология взаимодействия.

# Концепции TQM

- Главной задачей современной концепции менеджмента качества является создание и реализация данной системы менеджмента.
- Рассмотрим и проанализируем основные положения концепции TQM.
- Кратко можно сказать, что система TQM – это подход к созданию новой модели управления.

## Управление качеством проекта



Тема 2.2. Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.

## 8). Назначение персонала

Назначение персонала – это назначение человеческих ресурсов на выполнение работ проекта.

Пример команды проекта:

- Руководитель проекта.
- Инженер.
- Административный руководитель.
- Контролер проекта.
- Бухгалтер проекта.
- Руководитель службы материально-технического обеспечения.
- Руководитель работ по проектированию.
- Руководитель строительства.
- Координатор работ по эксплуатации (промышленному производству).
- Административный помощник.
- Администратор проекта.

## Контроль и завершение проекта.

- **Фаза завершения проекта**
- **Закрытие проекта** – это процесс официального завершения всех операций проекта. При закрытии проекта менеджер рассматривает всю предыдущую информацию, полученную во время закрытия предыдущих фаз, позволяющую удостовериться в том, что все работы по проекту завершены, и проект достиг своих целей. Так как содержание проекта определяется планом управления проектом, менеджер проекта производит анализ данного документа, чтобы удостовериться, что проект фактически завершен, перед тем как формально констатировать это.

## ИТОГИ проекта

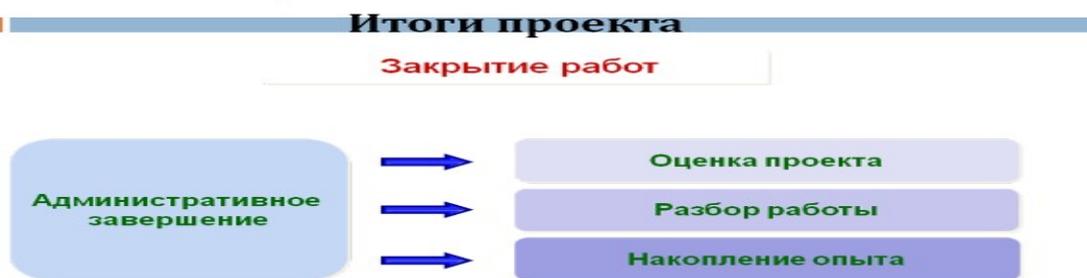
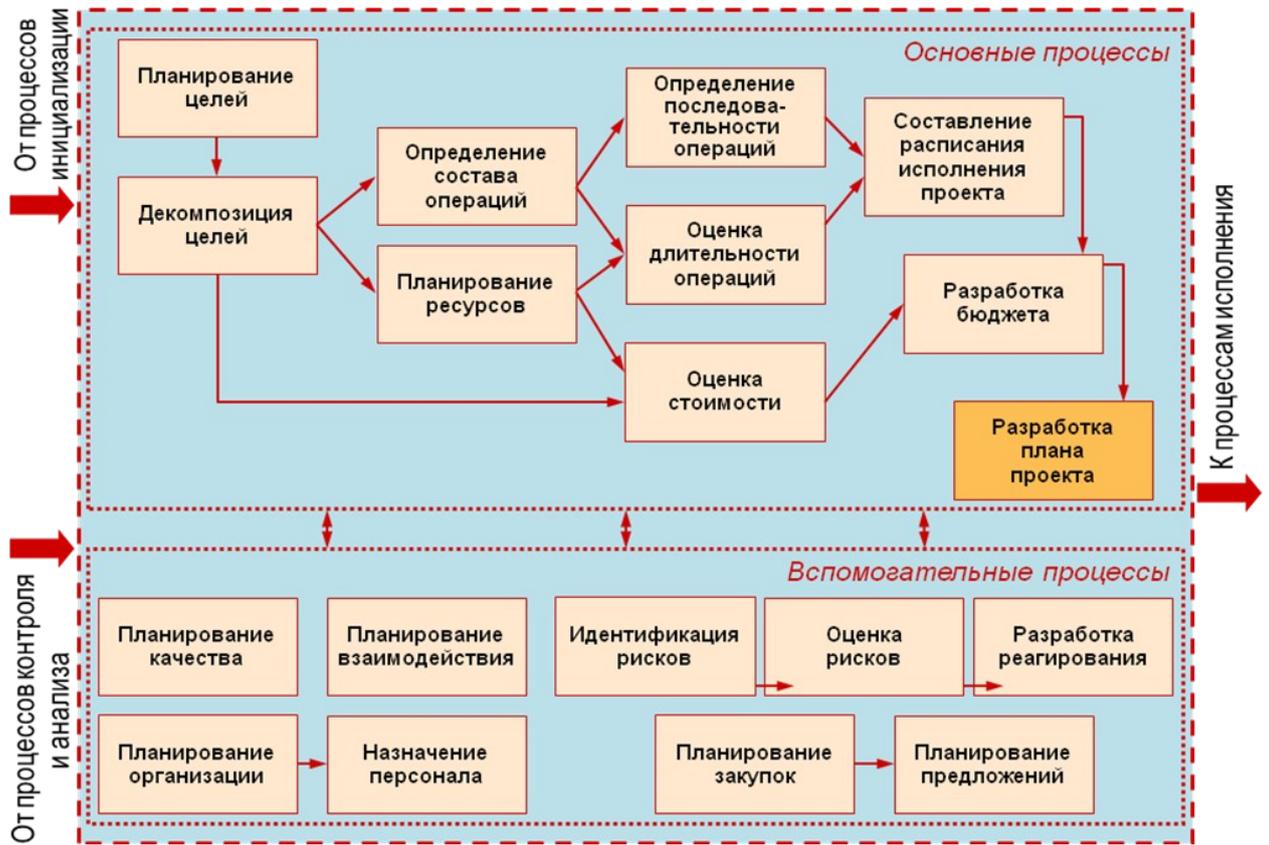


Рисунок – Закрытие работ

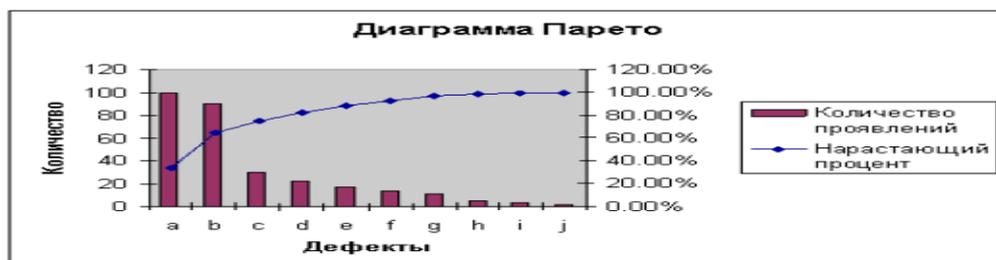
## Оценка проекта



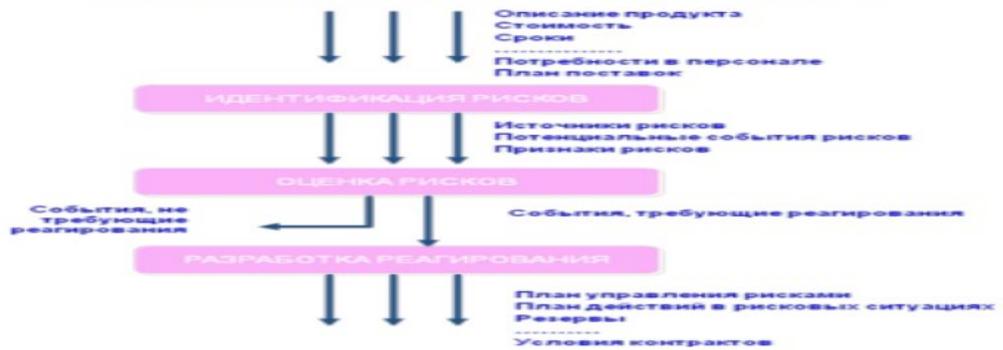
приемка законченного объекта оформляется актом установленной формы. К акту прилагаются комплекты юридической, технической и технологической документации.



### Пример



## Планирование рисков



## Матрица вероятности и последствий

- Классификация источников риска последствия (клетки таблицы, окрашенные темно-серым цветом).

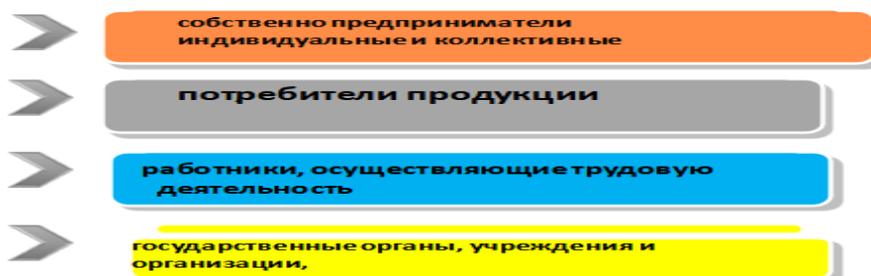
Вероятность	Угрозы					Благоприятные возможности				
	0,90	0,05	0,09	0,18	0,36	0,72	0,72	0,36	0,18	0,09
0,70	0,04	0,07	0,14	0,28	0,56	0,56	0,28	0,14	0,07	0,04
0,50	0,03	0,05	0,10	0,20	0,40	0,40	0,20	0,10	0,05	0,03
0,30	0,02	0,03	0,06	0,12	0,24	0,24	0,12	0,06	0,03	0,02
0,10	0,01	0,01	0,02	0,04	0,08	0,08	0,04	0,02	0,01	0,01
	0,05	0,10	0,20	0,40	0,80	0,80	0,40	0,20	0,10	0,05

## РАЗДЕЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЯ

### Тема 3.1. Методика бизнес-планирования



## Участники бизнеса



## Факторы, влияющие на бизнес: положительные и негативные

- Выделить положительные и отрицательные
- 1) стабильность государственной и социальной политики, направленной на поддержку предпринимательства;
- 2) высокие налоговые ставки;
- 3) инфляция;
- 4) чрезмерное государственное регулирование;
- 5) высокий уровень образования;
- 6) враждебное отношение к частному сектору;
- 7) повышение уровня доходов населения
- 8) современная ситуация, связанная с пандемией (Covid 2019)

## Тема 3.2. Структура и содержание бизнес-плана

### 1 подход

### Процесс бизнес-планирования: стадии

- 1 стадия.** подготовительная стадию;
- 2 стадия.** стадия разработки бизнес-плана
- 3 стадия.** стадия продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности
- 4 стадия.** стадия реализации бизнес-плана



## **Бизнес-план и стратегическое планирование**

- 1) в отличие от стратегического плана бизнес-план включает не весь комплекс общих целей фирмы, а только одну из них – ту, которая связана с созданием и развитием определенного нового бизнеса. Бизнес-план организации ориентирован только на развитие, в то время как стратегический план может включать другие типы стратегий организации;

### **8. Организационный план**

- Данный раздел бизнес-плана посвящается системе управления фирмой и ее кадровой политике. Структура раздела может иметь следующий вид:
- 1) организационная структура;
- 2) ключевой управленческий персонал;
- 3) профессиональные советники и услуги;
- 4) персонал;
- 5) кадровая политика фирмы;
- 6) календарный план;
- 7) план социального развития;
- 8) правовое обеспечение деятельности фирмы.

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

Освоение обучающимся 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 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.

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

**КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Учебная дисциплина. **Бизнес-планирование в индустрии туризма**

**РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ**

**Тема лекционного занятия. Тема 1.1 Роль и значение проектов в туристической индустрии**

Цели занятия. сформировать представление о туризме как объекте проектирования, а также раскрыть сущность и основные принципы проектирования в туризме.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проектирование в туризме; цели; задачи и функции. Туристский проект.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Процесс создания и реализации проекта. Проектная документация.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Технологическая документация. Проектирование контроля качества.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного 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)

Текст лекции.

Процессы управления проектами

**Инициация** (англ., *Initiation*) – зарождение и продвижение проекта и его частей, а также подготовительная работа для последующего планирования и проектирования.

**Разработка и планирование** (англ., *Elaboration and Planning*) – выработка направления и объема действий для успешной реализации проекта. Определение ключевых событий (майлстоунов) и учет возможных внутренних и внешних сил воздействия на проект – неотъемлемая часть планирования.

Наиболее успешно планирование происходит при непосредственном участии всех сторон, вовлеченных в реализацию проекта. Для эффективного руководства проектом на всех этапах жизненного цикла разрабатывают планы его реализации.

**Выполнение работ проекта** (англ., *Project Execution*) – это планомерное выполнение работ в соответствии с планом реализации проекта. Работы по проекту должны быть разделены между исполнителями или группами исполнителей.

Структура распределения работ является многоуровневой системой, состоящей из заданий, подзаданий и комплексов работ.

**Контроль** (англ., *Control*) – создание и реализация системы измерения, учета, прогнозирования и выявления отклонений в границах реализации проекта, сметы расходов и графика производства работ для своевременного принятия корректирующих мер.

Одно из основных требований к системе контроля – регулярный учет информации для того, чтобы управляющий проектом мог принять меры в процессе реализации проекта, а не после его завершения.

Контроль является наиболее сложной функцией управления проектами.

*Завершение проекта* (англ., *Project Close-Out*) – это создание условий для успешной передачи результата проекта заказчику или потребителю. В процессе завершения проекта готовится необходимая документация, производятся согласования с заказчиком, органами госнадзора и другими заинтересованными лицами, устраняются замеченные недостатки и выполняются небольшие усовершенствования. Осуществляется окончательный расчет между участниками проекта и закрытие контрактов.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Предпосылки и суть управления проектами. Определение проекта.
2. Краткая история управления проектами.

### **Тема лекционного занятия. Тема 1.2 Функции управления проектами, этапы, планирование, контроль**

Цели занятия. сформировать целостное представление основных функций управления проектами, этапы, планирование, контроль

#### **4. Структура лекционного занятия.**

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проект и управление проектом. Функции управления проектами. Управление проектами.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Этапы процесса управления проектами. Функции управления проектом (области знаний) планирование, организацию, регулирование,	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Вопросы реализации, мотивации, контроля. Управление проектом по временным параметрам. Календарные планы.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

#### **5. Содержание лекционного 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)

#### **1. Тема лекционного занятия.**

Текст лекции.

#### **Функции управления проектом (области знаний)**

Необходимо понимать связь функций управления проектом с функциями управления общего характера, под которыми обычно понимают **планирование, организацию, регулирование, реализацию, мотивацию, контроль**

Функции менеджмента были разработаны для традиционных организационных структур управления и в классическом виде не учитывали специфику управления проектами.

И хотя фундаментальное значение функций управления остается неизменным, в управлении проектами они приобретают специфические формы.

### ***Функции управления проектами***

#### *Управление замыслом проекта.*

Возникновение идеи проекта не является достаточным условием его рождения и реализации. Чтобы замысел обрел логические очертания и стал проектом, он должен быть управляем. Необходимо придать ему техническую и экономическую привлекательность, оценить альтернативные варианты в схожей области, реализовать действия по его продвижению и сделать это наиболее эффективным способом и в кратчайшие сроки. Данная функция составляет основу процесса инициации проекта.

#### *Управление предметной областью.*

Данная функция позволяет учесть особенности реализации результата проекта, накладываемые отраслевой спецификой, рынком и потребительскими предложениями.

#### *Управление проектом по временным параметрам.*

Время является одним из ключевых факторов, влияющих на эффективность реализации проекта. Сроки реализации проекта в целом, его составных частей, а также отдельных процессов должны планироваться заранее. У минимизации сроков реализации проекта есть три естественных ограничения – технические возможности, технологические требования и качество работ. Эти и некоторые другие параметры необходимо учитывать при выполнении данной функции.

#### *Управление стоимостью и финансированием проекта.*

С данной функцией связано обеспечение оптимальной стоимости проекта, при которой достигаются его максимальная рентабельность и стабильное финансирование на разных фазах жизненного цикла. Особенности проектов определяют специфику их финансирования – венчурное, государственное, выпуск облигаций, эмиссия акций и иные формы привлечения инвестиций. Рассматриваемая функция должна обеспечить финансирование с оптимальным соотношением затрат и результатов для предприятия.

#### *Управление качеством.*

Качество является неотъемлемым показателем работы не только производственной сферы предприятия, но и его управленческого персонала. Реализация функции должна обеспечивать соответствие качества управления и реализации проекта в заданных границах.

#### *Управление рисками в проекте.*

При реализации проектов всегда существует вероятность неудачи. Максимальные риски связаны с инновационными проектами, однако они являются и самыми прибыльными. В этой ситуации предприятию необходимо определить максимально допустимый уровень риска реализации проектов. На разных фазах жизненного цикла риски проекта могут меняться, поэтому эффективное управление рисками является необходимым условием успешного достижения целей проекта.

#### *Управление человеческими ресурсами.*

Именно целенаправленная работа людей обеспечивает эффективную реализацию проекта. Здесь важны подбор персонала, мотивация и стимулирование, создание комфортных условий труда и т. д.

#### *Управление материальными ресурсами.*

Эта функция заключается в координации деятельности подразделений, отвечающих за своевременную поставку материалов, логистику, достаточность запасов, выбор поставщиков и подрядчиков, лизинг, франчайзинг и т. д.

#### *Управление контрактами.*

Предприятие связано контрактами со всеми участниками проектов, работниками, заказчиками, банками и другими заинтересованными сторонами. Процедуры выбора партнеров и особенности контрактных отношений с ними должны быть тщательно продуманы. Взаимоотношения с другими компаниями, государством, работниками и

клиентами должны обеспечивать достижение целей проекта и улучшение репутации предприятия.

#### *Управление изменениями.*

В процессе реализации проектов внутренние и внешние факторы могут порождать ситуации, которые осложняют реализацию проекта или делают ее невозможной без комплексных изменений в различных функциональных сферах управления проектами. Но не только компетентность и быстрота реакции руководителей определяют эффективное решение проблем, в этой ситуации важен комплексный подход к управлению изменениями на предприятии.

#### *Управление безопасностью.*

Предприятию необходимо обеспечить безопасное функционирование, конфиденциальность корпоративной информации, безопасность материальной и нематериальной собственности предприятия и других участников проекта, а также личную безопасность персонала.

#### *Правовое обеспечение.*

Деятельность предприятия и реализация проекта должны проходить в строгом соответствии с государственным законодательством. Все взаимоотношения с партнерами по проекту должны быть документально оформлены. Это поможет снизить риски потери платежеспособности в случае непредвиденных судебных издержек и укрепит доверие к предприятию.

#### *Управление конфликтами.*

Конфликты всегда сопутствуют управлению проектами. Они могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на реализацию проекта. Функция управляющего проектом состоит в том, чтобы вовремя выявить конфликт и принять необходимые меры по его нейтрализации.

#### *Управление системами.*

Предприятие и проект рассматриваются как совокупность систем, связанных общими задачами и процедурами. Благодаря функциям управления системы финансов, маркетинга, производства и др. приобретают определенную направленность на достижение целей проекта.

#### *Управление коммуникациями.*

Важной функцией управления проектами является обеспечение атмосферы взаимодействия между членами команды и участниками проекта. Необходимо проводить совещания, встречи, презентации, разъясняя особенности реализуемого проекта, обсуждая его сильные и слабые стороны.

#### *Бухгалтерский учет.*

Правильное ведение бухгалтерского учета играет огромную роль при внутреннем анализе финансово-хозяйственной деятельности, а также во взаимоотношениях с партнерами, кредитными организациями, государством и т. д.

#### *Управление гарантийными обязательствами.*

Данная функция обеспечивает ответственность предприятия за результаты своей работы. Выполняя гарантийные обязательства, предприятие формирует тесные связи с потребителями (клиентами) и улучшает свою репутацию, что дает дополнительные конкурентные преимущества.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Перспективы развития управления проектами.
2. Основные параметры проектов. Виды проектов.
3. Стратегическое управление и менеджмент проектов

## РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ПРОЕКТА

### Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Качество и риски как объекты управления

Цели занятия. сформировать представление о вопросах управления качеством и рисков как объекты управления в туристических проектах.

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Проектный риск и неопределенность. Классификация факторов (причин) рисков. Типы риска. Классификация проектных рисков. Проектный риск. Классификация потерь в связи с наступлением рискового события.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Управление проектными рисками. Качественный и количественный анализ проектных рисков. Характеристика методов и анализа рисков. Планирование качества: инструменты и методы.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	План управления качеством. Команда управления проектом в области качества. Результаты оценки качества. Инструменты и методы планирования качества. Аудит качества.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

#### 5. Содержание лекционного 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)

##### 1. Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

#### **Современная концепция управления качеством.**

Управление качеством (англ. quality control) — деятельность оперативного характера, осуществляемая руководителями и персоналом предприятия, воздействующими на процесс создания продукции с целью обеспечения её качества путём выполнения функций планирования и контроля качества, коммуникации (информации), разработки и внедрения мероприятий и принятия решений по качеству.

*Управление качеством.*

Качество является неотъемлемым показателем работы не только производственной сферы предприятия, но и его управленческого персонала. Реализация функции должна обеспечивать соответствие качества управления и реализации проекта в заданных границах.

- Управление качеством – определение стандартов качества, относящихся к проекту, способов достижения требуемого уровня качества и мероприятия по обеспечению качества процессов управления проектом и качество продуктов проекта; контроль качества.

Система управления качеством – это система организации управления, которая дает<sup>32</sup> способность предприятию достичь свои цели и достичь конкурентоспособность выпускаемой продукции.

Управление качеством представляет собой методы и деятельность оперативного характера, к которым относятся: управление процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве или в системе качества и устранение этих несоответствий, а также вызвавших их причин.

### **Концепции TQM**

Главной задачей современной концепции менеджмента качества является создание и реализация данной системы менеджмента.

Рассмотрим и проанализируем основные положения концепции TQM.

Кратко можно сказать, что система TQM – это подход к созданию новой модели управления.

1. Роль руководства должна быть направлена к новой системе. Руководство должно быть ответственно за интеграцию TQM в общую модель управления предприятием. Руководство ставит цели и основные направления деятельности, а также способы реализации. Установление целей и анализ результатов – основное в деятельности руководителей.

2. Ориентация на клиента направлена на определение их потребностей. Внедряется система показателей удовлетворённости клиентов. Затем эта система показателей кладётся в основу системы мотивации работников.

3. Стратегическое планирование достигает не только традиционных, но и невидимых и неизмеримых: уровень удовлетворённости потребителей, положительный образ фирмы, престиж торговой марки.

4. Вовлечение всех сотрудников максимально эффективное за счёт использования способностей работников на всех уровнях. Руководство сближает цели сотрудников с целями организации. Самоконтроль коллег схож с контролем руководства предприятия. Действует принцип синергизма при использовании командной деятельности.

5. Подготовка персонала необходима постоянно, действует оценка эффективности обучения.

7. Разработка продукции и услуг происходит при изменении потребностей и ожиданий потребителей. Сокращается продолжительность цикла «разработка – внедрение».

8. Управление легче организовать, если соответствующими ресурсами и деятельностью управлять как процессом. Процессная модель предполагает рассмотрение совокупности бизнес-процессов на уровне структурных подразделений. При этом показателями эффективности управления являются: затраты на осуществление продолжительность осуществления показатели качества.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Будущее проектного менеджмента.
2. Стратегическое управление и менеджмент проектов
3. Как соотносятся стратегия и тактика?
4. Каким критериям должна удовлетворять цель проекта?

### **Тема лекционного занятия. Тема 2.2. Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.**

Цели занятия. сформировать представление об особенностях управления командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Команда проекта. Требования к членам	Визуализация лекций,

	команды проекта. Методы формирования команды проекта. Структуры команды проекта. Стили руководства командой проекта.	Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Делегирование ответственности и полномочий членам команды проекта. Оценка членов команды проекта.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Разрешение конфликтов в команде проекта. Мотивация команды проекта. Установление обратной связи.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

## 5. Содержание лекционного 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)

#### 1. Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

Методы и инструменты планирования рисков

В качестве инструментов и методов планирования управлением рисками используют совещания по планированию и анализу.

Команда проекта проводит совещания для разработки плана управления рисками, в которых могут принимать участие менеджер проекта, отдельные члены команды проекта и участники проекта, представители организации, отвечающие за операции по планированию рисков и реагированию на них.

На совещаниях составляются базовые планы по проведению операций управления рисками. Также разрабатываются элементы стоимости рисков и плановые операции, которые включаются соответственно в бюджет проекта и расписание. Утверждается распределение ответственности в случае наступления риска. Имеющиеся в организации общие шаблоны, касающиеся категорий рисков и определения терминов (например, уровни рисков, вероятность возникновения рисков по типам, последствия рисков для целей проекта по типам целей, а также матрица вероятности и последствий), приспособляются для каждого конкретного проекта с учетом его специфики. Выходы этих операций сводятся в план управления рисками.

Результаты процесса планирования рисков

План управления рисками - документ, разрабатываемый в начале проекта и содержащий описание структуры управления рисками проекта и порядок его выполнения в рамках проекта; включается в состав плана управления проектом. План управления рисками содержит следующие элементы :

Методология - определение подходов, инструментов и источников данных, которые могут использоваться для управления рисками в данном проекте.

Распределение ролей и ответственности - список позиций выполнения, поддержки и управления рисками для каждого вида операций, включенных в план управления рисками, назначение сотрудников на эти позиции и разъяснение их ответственности.

- Определение операций по управлению рисками, которые необходимо включить в расписание проекта.

- Определение сроков и частоты выполнения операций по управлению рисками на протяжении всего жизненного цикла проекта.

- Выделение ресурсов и оценка стоимости мероприятий, необходимых для управления рисками. Эти данные включаются в базовый план по стоимости проекта.

· Классификации рисков (или категории рисков) - структура, на основании которой производится систематическая и всесторонняя идентификация рисков с нужной степенью детализации.

Классификации рисков предназначены для нескольких целей.

Во время выявления рисков они стимулируют видение проектной группой всех возможных рисков, возникающих из различных составляющих проекта.

При проведении мозгового штурма классификации рисков облегчают одновременную работу с большим числом рисков, предоставляя подходящий способ группирования схожих рисков.

Классификации помогают в разработке единой терминологии, используемой участниками проекта для мониторинга и отчетности о состоянии рисков, а также они совершенно необходимы для составления баз знаний о рисках.

Классифицировать риски можно с помощью составления иерархической структуры или составив перечень различных аспектов проекта. В процессе идентификации категории рисков могут пересматриваться.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.). Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Особенности социальных проектов.
2. Особенности и организация командной работы по разработке и реализации инновационной программы.
3. Ответственность проектировщика при разработке и реализации проектов

### **РАЗДЕЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЯ**

#### **Тема лекционного занятия. Тема 3.1. Методика бизнес-планирования**

Цели занятия. сформировать представление о методике бизнес-планирования и особенности в современной России.

Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные подходы к организации плановой работы хозяйствующих субъектов в настоящее время.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Сущность бизнес-плана, его цели и задачи. Роль и значение бизнес-плана для малого и среднего бизнеса.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Внутренние и внешние цели бизнес-плана. Основные этапы разработки бизнес-плана.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного 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)

1. Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

### **Сущность и значение бизнес-планирования в управлении предприятием**

Понятие бизнес-планирования на предприятии. Роль и значение бизнес-планирования на предприятии. Цели и задачи бизнес-планирования. Условия организации бизнес-планирования. Процесс бизнес-планирования: стадии. Принципы практической реализации бизнес-планирования. Анализ Б-П : причины, аргументы, проблемы коммерческих структур в современной России

#### ***Понятие бизнес-планирования на предприятии***

**Бизнес-планирование (деловое планирование)** – самостоятельный вид плановой деятельности, которая непосредственно связана с предпринимательством.

#### ***Роль и значение бизнес-планирования на предприятии***

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать эффективно его развития, не аккумулировать постоянно информацию о собственных состоянии и перспективах, о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов и т. д.

Необходимо не только точно представлять свои потребности на перспективу в материальных, трудовых, интеллектуальных, финансовых ресурсах, но и предусматривать источники их получения, уметь выявлять эффективность использования ресурсов в процессе работы предприятия.

Прежде, при наличии государственного управления, планирование было сугубо централизованным, на долю предприятий оставалось лишь выполнение заданий и планов, поступающих сверху.

Сегодня большинство коммерческих фирм не имеет официально принятых планов, нет и необходимого механизма планирования: различного рода норм, нормативов и т. д. Планирование подменяется разного рода решениями собственника о тех или иных направлениях хозяйственной деятельности, которые, как правило, рассчитаны на ближайший период времени и не предусматривают ориентацию на перспективу. Это объясняется быстрым изменением рыночной ситуации в стране и условий хозяйствования, малочисленностью управленческого аппарата на небольших предприятиях, авторитетом управляющих крупными предприятиями, имеющих солидный опыт хозяйственного руководства, хотя практика часто ставит и таких руководителей в тупик.

Квартальная и годовая финансовая отчетность представляется в соответствии с Приказом Министерства финансов, статистическая отчетность – по указанию Госкомстата и т. д.

Что касается бизнес-планирования, то определенных требований или указаний по разработке бизнес-планов пока нет. О допущенных ошибках, просчетах и потерях предпринимательской деятельности становится известно лишь после составления квартального баланса. Однако и обстоятельные аналитические обзоры к балансам не составляются, поэтому своевременные меры для исправления ситуации не принимаются. Отчасти и по этой причине большинство предприятий оказалось в сложном финансовом положении (или вообще неплатежеспособными), включая предприятия торговли, общественного питания и других видов услуг, хотя в этих отраслях проблема неплатежей должна, казалось бы, беспокоить меньше всего.

Итак, принятие разного рода текущих решений, даже самых своевременных, не заменяет планирования, которое по сравнению с принятием решений представляет собой управленческую деятельность гораздо более высокого порядка.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

36

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Плановые показатели, нормы и нормативы

2. Планирование инвестиционных затрат на осуществление предпринимательского проекта
3. Прогнозный отчет о прибылях и убытках.

### **Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Структура и содержание бизнес-плана**

Цели занятия. сформировать представление об особенностях структуры и содержания бизнес-плана в туризме.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристика раздела «Резюме». Характеристика раздела «Организационная структура предприятия».	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	«Выбор вида деятельности» - основные вопросы раздела. Что является основой для разработки «Плана маркетинга».	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Производственный план (содержание раздела). Последовательность разработки финансового плана.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного 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)

1. Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

Организация процесса бизнес-планирования на предприятии

Условия организации бизнес-планирования на предприятии

Для успешной организации бизнес-планирования в коммерческой организации необходимо наличие четырех обязательных условий (компонентов), которые тесно связаны между собой и составляют инфраструктуру процесса бизнес-планирования коммерческой организации.

Во-первых, коммерческая организация должна располагать соответствующей методологической и методической базой разработки, контроля и анализа исполнения бизнес-плана, а работники финансово-экономических служб должны быть достаточно квалифицированы, чтобы уметь применять эту методологию на практике. Методологическая и методическая база составления, контроля и исполнения бизнес-плана образует аналитический блок (или компонент) процесса финансового планирования.

Во-вторых, для того чтобы разрабатывать финансовые планы, нужна внутренняя информация о деятельности предприятия и внешняя информация.

Основой информационного блока (компонента) процесса бизнес-планирования являются:

1) экономическая информация (прогноз процентных ставок, прогноз темпов инфляции и т. д.);

2) учетная информация (информация бухгалтерского учета (баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, приложения к балансу) и управленческого учета);

3) сообщения финансовых органов, информация учреждений банковской системы, информация товарных, валютных бирж и прочая финансовая информация;

4) политическая информация и т. д.

Кроме того, функционирование системы бизнес-планирования осуществляется в рамках действующего нормативно-правового обеспечения, к которому относятся законы, указы Президента РФ, послания Правительства РФ, приказы и распоряжения отраслевых министерств, уставные документы, инструкции и др.

В-третьих, процесс бизнес-планирования всегда реализуется через соответствующие организационную структуру и систему управления, составляющие организационный блок процесса. Понятие организационной структуры включает в себя количество и функции служб аппарата управления, в чьи обязанности входят разработка, контроль и анализ бизнес-плана коммерческой организации, совокупность структурных подразделений, которые ответственны за исполнение бизнес-плана.

В-четвертых, в процессе финансового планирования и контроля происходит регистрация и обработка больших массивов информации. Программно-технические средства, используемые в процессе финансового планирования и контроля, составляют программно-технический блок системы финансового планирования.

Процесс бизнес-планирования: стадии

Бизнес-планирование – это упорядоченная совокупность стадий и действий, связанных с ситуационным анализом окружающей среды, постановкой целей бизнес-планирования, осуществлением планирования (разработкой бизнес-плана), продвижением бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности, реализацией бизнес-плана, контролем за его выполнением.

Можно выделить следующие

основные стадии процесса бизнес-планирования:

- 1) подготовительную стадию;
- 2) стадию разработки бизнес-плана;
- 3) стадию продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности;
- 4) стадию реализации бизнес-плана.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.). Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Организационный план (деловое расписание)
2. План финансового оздоровления
3. Типичные ошибки при разработки бизнес-плана
4. Опишите предпринимательские риски в бизнес – плане.

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

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

Учебная дисциплина. **Бизнес-планирование в индустрии туризма**

**РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ**

**2. Тема практического (семинарского) занятия. Тема 1.1 Роль и значение проектов в туристической индустрии**

Цели занятия. сформировать навыки и умения представления о туризме как объекте проектирования, а также раскрыть сущность и основные принципы проектирования в туризме.

**4. Структура практического (семинарского) занятия.**

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита рефератов, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

**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)

**1. Тема практического (семинарского) занятия.**

***Вопросы к обсуждению:***

1. Роль и значение проектной деятельности в туристической индустрии
2. Привести примеры проектов в туризме (национальные, региональные, местные).
3. Предпосылки и суть управления проектами. Определение проекта.
4. Краткая история управления проектами.
5. Перспективы развития управления проектами.
6. Основные параметры проектов. Виды проектов.
7. Стратегическое управление и менеджмент проектов
8. Миссия, видение и стратегия в связи с проектным управлением.
9. Критерии постановки целей SMART.
10. Результаты проекта.

***Практические задания***

1. Как соотносятся стратегия и тактика?
2. Каким критериям должна удовлетворять цель проекта?

1. Сетевые технологии — общая характеристика.
2. Технология CRM.
3. Сущность технологии и ее основные положения.
4. Контроль и завершение проекта.
5. Цель и содержание контроля проекта.
6. Методы контроля проекта.
7. Измерение прогресса и анализ результатов.
8. Управление изменениями.
9. Оценка достижения результатов проекта.
10. Сдача и приемка проекта.
11. Закрытие договоров.
12. Выход из проекта.

1. Используя учебную и научную литературу, выявить особенности развития проектной деятельности в индустрии туризма. Приведите конкретные примеры.

2. Используя публикации в периодических изданиях, провести анализ современного состояния и перспектив развития бизнес-планирования в России. Приведите конкретные примеры.

Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

## **2. Тема практического (семинарского) занятия. Тема 1.2 Теоретические основы страхования: функции, экономические отношения.**

3. Цели занятия: сформировать теоретические основы страхования, раскрыть функции, экономические отношения.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита эссе, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

**Вопросы к обсуждению:**

1. Как можно классифицировать предпринимательскую деятельность?
2. Как характеризуется эволюция управления проектами?
3. Какие ограничения у проекта?

13. Будущее проектного менеджмента.
14. Стратегическое управление и менеджмент проектов
15. Задания (вопросы) для подготовки:

**Практические задания**

1. Используя периодические издания, составить рейтинг популярности видов социальных проектов в России. Приведите конкретные примеры.

2.. Изучите проектную деятельность в индустрии туризма в современной России. Укажите основные проблемы и предложите пути их решения, используя рекомендованную литературу.

Приведите конкретные примеры.

1. Особенности туристского проектирования.
2. Возможности и особенности проектирования как технологии работы с будущим.
3. Особенности социального проектирования.
4. Типология проектов.
5. Особенности социальных проектов.
6. Особенности и организация командной работы по разработке и реализации инновационной программы.

Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

**РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ПРОЕКТА**

**2. Тема практического (семинарского) занятия. Тема 2.1. Качество и риски как объекты управления**

Цели занятия. сформировать навыки и умения представления о туризме как объекте проектирования, а также раскрыть сущность и основные принципы управления качеством и рисками в проектах.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита рефератов , доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

**Вопросы к обсуждению:**

4. Сущность и концептуальные основы проектирования.

5. Особенности туристского проектирования.
6. Возможности и особенности проектирования как технологии работы с будущим.
7. Особенности социального проектирования.
8. Типология проектов.
9. Особенности социальных проектов.

**Практические задания**

1. Используя учебную и научную литературу, выявить особенности туристского проектирования.
2. Используя публикации в периодических изданиях, провести анализ современного состояния и перспектив развития туризма в России.
3. Используя периодические издания, составить рейтинг популярности видов туризма в России.
4. Особенности и организация командной работы по разработке и реализации инновационной программы.
5. Ответственность проектировщика при разработке и реализации проектов
6. Ситуация проектирования и задание на проектирование
7. Методы и технологии социального проектирования.
8. Ситуация проектирования и задание на проектирование.
9. Идея, замысел, концепция инновационной программы.
10. Целеполагание и работа с прототипами в процессе социального проектирования.
11. Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

**2. Тема практического (семинарского) занятия. 2.2: Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.**

3. Цели занятия: сформировать умения и навыки управления командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита эссе, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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<sup>42</sup> лекции и её структуры)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

**Вопросы к обсуждению:**

1. Социально-психологические аспекты формирования проектной группы:
2. Определение требований к персоналу: выбор руководителя проекта.
3. Определение требований к персоналу: подбор членов рабочей группы.
4. Формирование и развитие проектной группы.
5. Основы эффективного общения в проектной группе.
6. Обратная связь в управлении деловыми отношениями.
7. Организация совещаний.
8. Управление конфликтами в проектной группе

### **Практические задания**

1. Опишите основные организационные формы проектной деятельности в России, выявите их преимущества и недостатки, а также существующие финансовые отношения в каждой из форм.

2. Назовите, какая нормативная база служит основой проведения обязательного проектной деятельности в России в стране. Приведите конкретные примеры.

3. Используя учебную и научную литературу, определите виды проектной деятельности в России и в зарубежных странах.

Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

## **РАЗДЕЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЯ**

### **2. Тема практического (семинарского) занятия. Тема 3.1. Методика бизнес-планирования**

Цели занятия. сформировать навыки и умения представления о методике бизнес-планирования и особенностях в современной России.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита рефератов , доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. Примерная (типовая) структура бизнес-плана
2. Основные виды бизнес-планов и их специфика
3. Плановые показатели, нормы и нормативы

4. Планирование инвестиционных затрат на осуществление предпринимательского проекта
5. Прогнозный отчет о прибылях и убытках.

### **Практические задания**

12. Используя учебную и научную литературу, выявить особенности туристского проектирования.
13. Используя публикации в периодических изданиях, провести анализ современного состояния и перспектив развития туризма в России.
14. Используя периодические издания, составить рейтинг популярности видов туризма в России.
15. Особенности и организация командной работы по разработке и реализации инновационной программы.
16. Ответственность проектировщика при разработке и реализации проектов
17. Ситуация проектирования и задание на проектирование
18. Методы и технологии социального проектирования.
19. Ситуация проектирования и задание на проектирование.
20. Идея, замысел, концепция инновационной программы.
21. Целеполагание и работа с прототипами в процессе социального проектирования.
22. Требования к выполнению практического задания:  
Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

### **2. Тема практического (семинарского) занятия. 3.2: Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.**

3. Цели занятия: сформировать умения и навыки управления командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита эссе, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

#### **Вопросы к обсуждению:**

1. План движения денежных средств
2. Прогнозный баланс

3. Анализ чувствительности проекта.
4. Организационный план (деловое расписание)
5. План финансового оздоровления
6. Типичные ошибки при разработки бизнес-плана
7. Опишите предпринимательские риски в бизнес – плане.

### ***Практические задания***

1. Опишите основные организационные формы проектной деятельности в России, выявите их преимущества и недостатки, а также существующие финансовые отношения в каждой из форм.

2. Назовите, какая нормативная база служит основой проведения обязательного проектной деятельности в России в стране. Приведите конкретные примеры.

3. Используя учебную и научную литературу, определите виды проектной деятельности в России и в зарубежных странах.

Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**  
**РАЗДЕЛ 1. ПОНЯТИЕ, ЦЕЛИ, СУЩНОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ**  
**Тема 1.1 Роль и значение проектов в туриндустрии**



**Тема 1.2 Функции управления проектами, этапы, планирование, контроль**

**Метод планирования диаграмма Ганта**



5.) Определение длительности операций происходит следующим образом:

Оценка длительности операций или объемов работ – оценка количества рабочих временных интервалов или объемов работ, необходимых для завершения отдельных операций.

Необходимая информация

- :Перечень операций.
- Объемы работ на операциях.
- Потребности операций в ресурсах.
- Производительности ресурсов

Методы определения длительности операций:

- Экспертный.
- По аналогам.
- Нормативы.
- Моделирование

## РАЗДЕЛ 2. УПРАВЛЕНИЕ ОСНОВНЫМИ ПОДСИСТЕМАМИ ПРОЕКТА

### Тема 2.1. Качество и риски как объекты управления

## 10). Планирование взаимодействия

Планирование взаимодействия – это определение потоков информации и способов взаимодействия, необходимых для участников проекта.

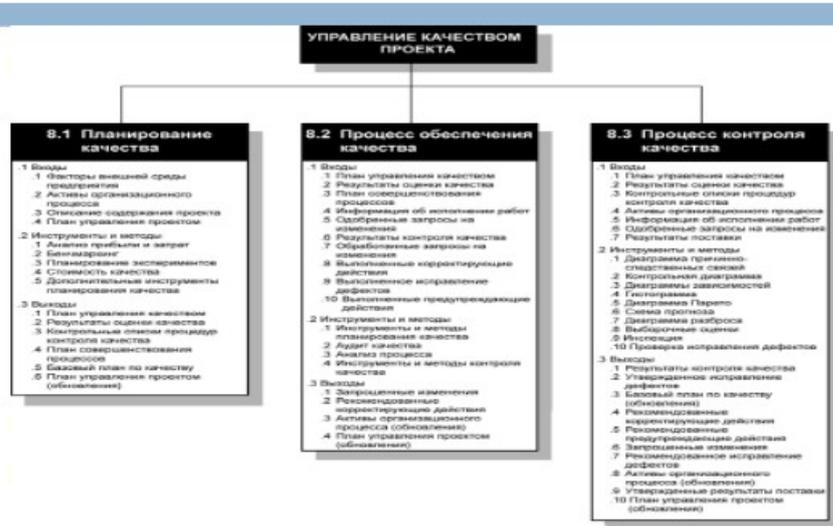
Необходимая информация:

- Организационная структура и распределение ответственности проекта.
- Направления, подразделения и специалисты, вовлеченные в проект.
- Потребности во внешней информации.
- Технология взаимодействия.

# Концепции TQM

- Главной задачей современной концепции менеджмента качества является создание и реализация данной системы менеджмента.
- Рассмотрим и проанализируем основные положения концепции TQM.
- Кратко можно сказать, что система TQM – это подход к созданию новой модели управления.

## Управление качеством проекта



Тема 2.2. Управление командой проекта и коммуникациями. Управление стоимостью.

## 8). Назначение персонала

Назначение персонала – это назначение человеческих ресурсов на выполнение работ проекта.

Пример команды проекта:

- Руководитель проекта.
- Инженер.
- Административный руководитель.
- Контролер проекта.
- Бухгалтер проекта.
- Руководитель службы материально-технического обеспечения.
- Руководитель работ по проектированию.
- Руководитель строительства.
- Координатор работ по эксплуатации (промышленному производству).
- Административный помощник.
- Администратор проекта.

## Контроль и завершение проекта.

- **Фаза завершения проекта**
- **Закрытие проекта** – это процесс официального завершения всех операций проекта. При закрытии проекта менеджер рассматривает всю предыдущую информацию, полученную во время закрытия предыдущих фаз, позволяющую удостовериться в том, что все работы по проекту завершены, и проект достиг своих целей. Так как содержание проекта определяется планом управления проектом, менеджер проекта производит анализ данного документа, чтобы удостовериться, что проект фактически завершен, перед тем как формально констатировать это.

## ИТОГИ проекта

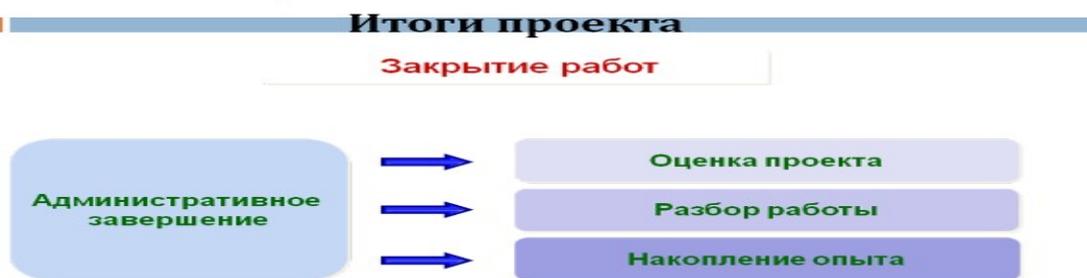
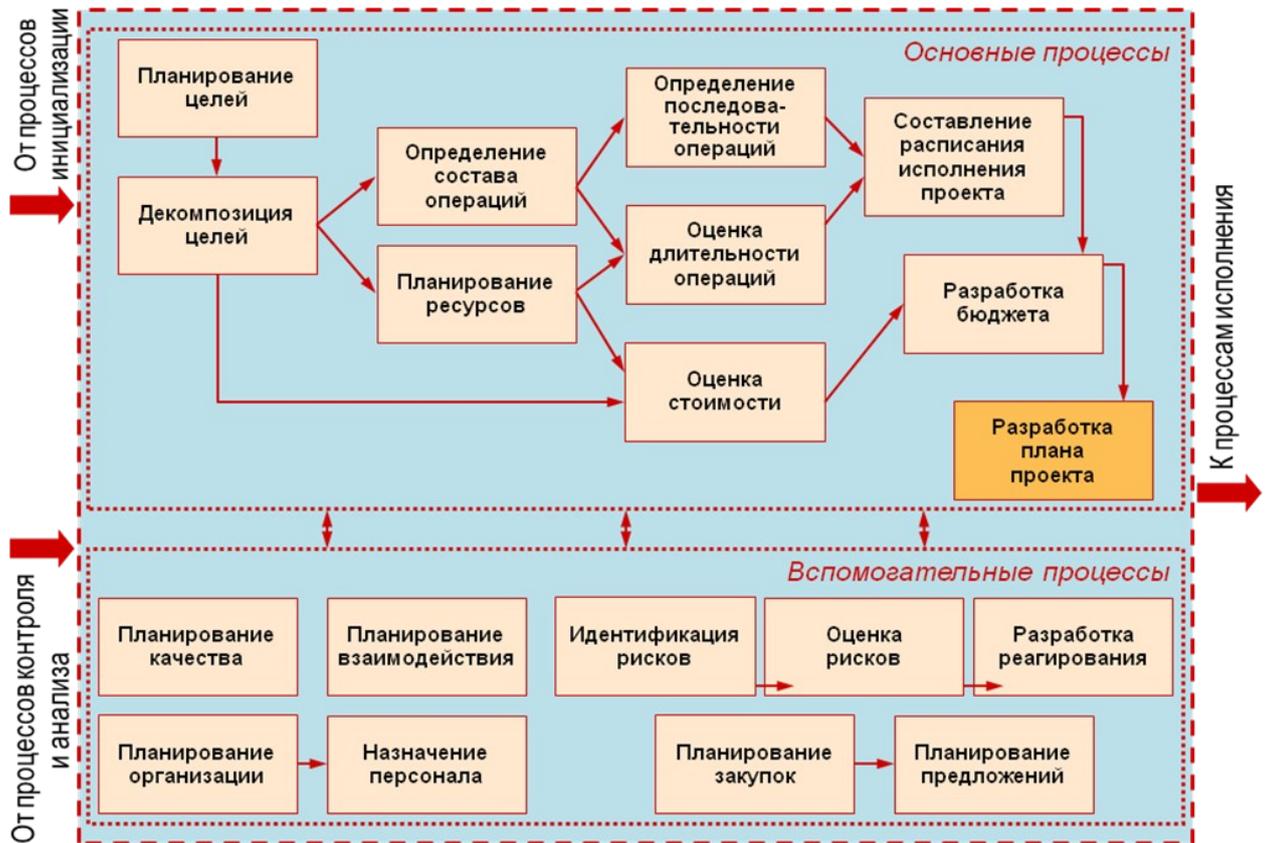


Рисунок – Закрытие работ

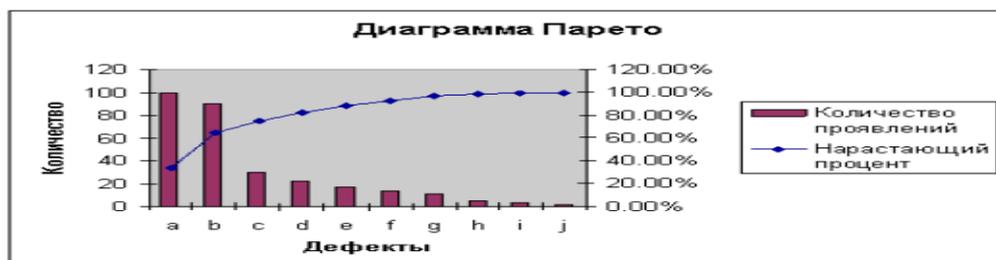
## Оценка проекта



приемка законченного объекта оформляется актом установленной формы. К акту прилагаются комплекты юридической, технической и технологической документации.



### Пример



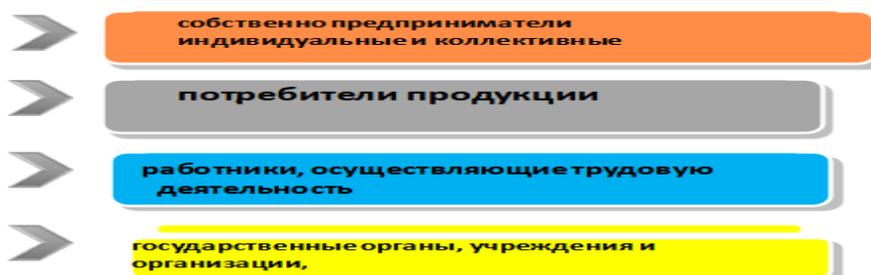
## Роль и значение бизнес-планирования

➤ ДЛ Я РУКОВОДИТЕЛ Я И  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛ Я

➤ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ  
ОРГАНИЗАЦИЕЙ



## Участники бизнеса



## Факторы, влияющие на бизнес: положительные и негативные

- Выделить положительные и отрицательные
- 1) стабильность государственной и социальной политики, направленной на поддержку предпринимательства;
- 2) высокие налоговые ставки;
- 3) инфляция;
- 4) чрезмерное государственное регулирование;
- 5) высокий уровень образования;
- 6) враждебное отношение к частному сектору;
- 7) повышение уровня доходов населения
- 8) современная ситуация, связанная с пандемией (Covid 2019)

## Тема 3.2. Структура и содержание бизнес-плана

## **1 подход**

### **Процесс бизнес-планирования: стадии**

- 1 стадия.** подготовительная стадию;
- 2 стадия.** стадия разработки бизнес-плана
- 3 стадия.** стадия продвижения бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности
- 4 стадия.** стадия реализации бизнес-плана



### **Бизнес-план и стратегическое планирование**

- 1) в отличие от стратегического плана бизнес-план включает не весь комплекс общих целей фирмы, а только одну из них – ту, которая связана с созданием и развитием определенного нового бизнеса. Бизнес-план организации ориентирован только на развитие, в то время как стратегический план может включать другие типы стратегий организации;

## **8. Организационный план**

- Данный раздел бизнес-плана посвящается системе управления фирмой и ее кадровой политике. Структура раздела может иметь следующий вид:
- 1) организационная структура;
- 2) ключевой управленческий персонал;
- 3) профессиональные советники и услуги;
- 4) персонал;
- 5) кадровая политика фирмы;
- 6) календарный план;
- 7) план социального развития;
- 8) правовое обеспечение деятельности фирмы.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			



**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  
29 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ**

**Направление подготовки  
43.03.02 «Туризм»**

**Направленность  
«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА  
БАКАЛАВРИАТА**

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

**Москва 2024**

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Брендинг туристских территорий и дестинаций» 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) «Брендинг туристских территорий и дестинаций» разработана 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 № 7 от «27» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

В.Ш. Хетагурова

## 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.....	16
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).....	55
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	55
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). 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 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**

<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала</b>
<b>РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ</b>	
<b>Тема 1.1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций</b>	Определение понятий «бренд» и «бренд территорий». Понятия «бренд» и «образ»: общее и различие. Структура территориального бренда: соотношение понятий «бренд», «имидж» и «идентичность». Понятие «территориального брендинга». Классификации брендов территорий. Подходы (модели) к формированию бренда туристских территорий. Цель, задачи и функции брендинга территории
<b>Тема 1.2. Разработка бренда туристской территории.</b>	Принципы территориального брендинга. Заинтересованные стороны и целевые аудитории. Маркетинговый аудит. Анализ целевых аудиторий брендинга. Методики измерения имиджа территории. Платформа бренда — фундаментальная концепция построения бренда. Разработка концепции бренда на основе территориальной идентичности. Характеристики успешного бренда дестинации
<b>РАЗДЕЛ 2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ</b>	

<p><b>Тема 2.1. Управление брендом туристской территории.</b></p>	<p>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.</p>
<p><b>Тема 2.2. Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций.</b></p>	<p>Специфика драматургии анимационных программ. Сценарный замысел. Тема, идея и жанр анимационной программы.</p>
<p><b>РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ</b></p>	
<p><b>Тема 3.1 Управление брендом туристской территории..</b></p>	<p>Мозговой штурм как метод творческого планирования. Приемы активизации аудитории.</p>
<p><b>Тема 3.2 Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.</b></p>	<p>Творческие основы технологии анимационной культурно-досуговой деятельности в гостиничной деятельности. Характеристика режиссерской деятельности. Профессиональные функции современного режиссера. Специфика режиссуры анимационных программ. Виды анимационных постановок</p>
<p><b>РАЗДЕЛ 4. Бренд города: понятие, структура и условие возникновения бренда</b></p>	
<p><b>Тема 4.1 Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда</b></p>	<p>Позиционирование; постановка задач брендинга; разработка концепции бренда города: организация процесса.</p>
<p><b>Тема 4.2 Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда</b></p>	<p>Работа с городским пространством: визуализация бренда; работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда; культурная жизнь в городе: «оживление» бренда.</p>

## *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 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. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 1.1 Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций. .

Вопросы для самоподготовки:

1. Определение понятий «бренд» и «бренд территорий».
2. Понятие «территориального брендинга».
3. Классификации брендов территорий

Тема 1.2 Разработка бренда туристской территории...

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы территориального брендинга.
2. Маркетинговый аудит.
3. Анализ целевых аудиторий брендинга.

## **РАЗДЕЛ 2 ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 2.1. Управление брендом туристской территории..

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие бренд-менеджмента и модели управления брендом.
2. Бренд-стратегия территории.
3. Позиционирование территории: этапы и стратегии.

Тема 2.2 Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций...

Вопросы для самоподготовки:

1. PR-кампания имиджа дестинации.
2. Этапы и инструменты продвижения бренда дестинации.
3. Событийная коммуникация.

## **РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 3.1 Управление брендом туристской территории..

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие бренд-менеджмента и модели управления брендом.
2. Бренд-стратегия территории.
3. Позиционирование территории: этапы и стратегии.

Тема 3.2 Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие цифрового брендинга туристской территории.
2. Модели формирования бренда в цифровом пространстве.
3. Виртуальный потенциал туристской территории.

## **РАЗДЕЛ 4 БРЕНД ГОРОДА: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДА ГОРОДА**

### **Тема 4.1 Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда**

Вопросы для самоподготовки:

1. Изучите логотипы города и сделайте выводы о соответствии духу города
2. Изучите бренд буки города и оцените возможность их применения
3. Что такое визуализация бренда?
4. Как вы понимаете идентичность бренда?

### **Тема 4.2 Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда**

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы позиционирования брендов.
2. Методы измерения степени приверженности к бренду.
3. Изучение развития бренда на рынке: модели и методы экономического прогнозирования.
4. Создание архитектуры бренда

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

## **РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ.**

Тема 1.1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций.



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=2a0000017a17260eeefa70d3af84683f2f57d-3751999-images-thumbs&n=13>

## Учебный материал

Туристская дестинация: типология, этапы эволюции и оценка привлекательности



15

MyShared

Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ecb0a623ab3bbebe86b8a409594dba5a-4666194-images-thumbs&n=13>

Тема 1.2. Разработка бренда туристской территории.



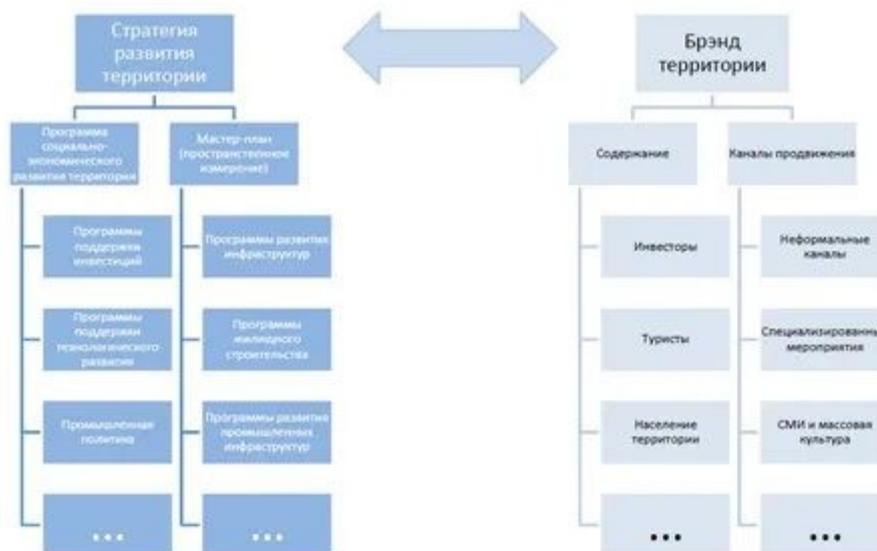
Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=06aca630e63cf94cb9129a68dea87a7f654a09c3-8497356-images-thumbs&n=13>

## РАЗДЕЛ 2 ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ..

Тема 2.1 Управление брендом туристской территории..



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=0eb9c13cf063d4747a8fddd9235e2fff1cc3363e-4589723-images-thumbs&n=13>



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ac1fdcf13dfa4bfb8a2bc58c891df9b865fbf19a-8529854-images-thumbs&n=13>

Тема 2.2 Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций..



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=76c33c6d4c0b52504bbfb162adbbb0558478d660-8306751-images-thumbs&n=13>

### РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.1 Управление брендом туристской территории..



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=f03309362dee43946635eb2630a20255-4146308-images-thumbs&n=13>

Тема 3.2 Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=538336c1298b0670b4da47152234ff95232e04bc-4233516-images-thumbs&n=13>

## РАЗДЕЛ 4 БРЕНД ГОРОДА: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДА ГОРОДА

Тема 4.1 Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Бренды городов можно разделить на несколько видов:

**1. Абстрактные бренды.**

Достаточно распространенная категория. Обычно это бренды базирующиеся на первой букве города, либо просто написанном определенным шрифтом названии города.

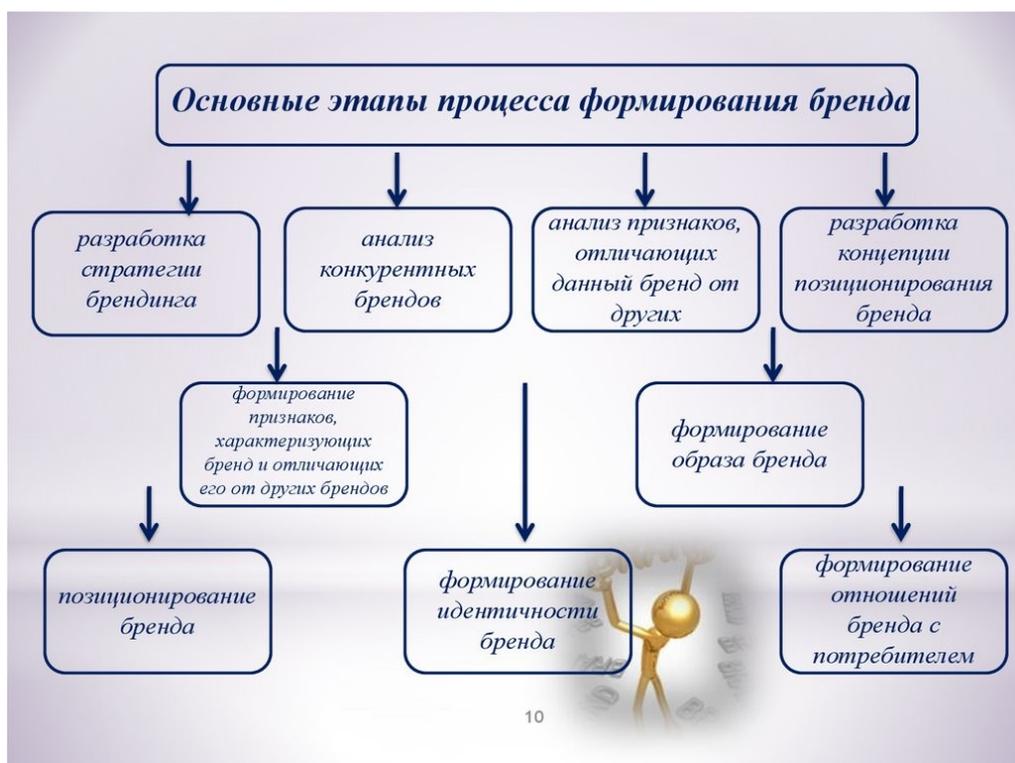


**2. Бренды использующие название города для игры слов, либо просто бренд-утверждение.**



Источник: <https://ppt-online.org/109259>

**Тема 4.2 Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда**



Источник: <https://ppt-online.org/268976>

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

Освоение обучающимся 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 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 подрисовочными 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.

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

**КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ**

**2. РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ  
ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 1.1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций.

3. Цели занятия:

-сформировать представление о процессах формирования уникального персонализированного туристского продукта

-сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Определение понятий «бренд» и «бренд территорий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Понятия «бренд» и «образ»: общее и различие.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Структура территориального бренда: соотношение понятий «бренд», «имидж» и «идентичность».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Понятие брендинг территорий (в англоязычной литературе «place branding») стало широко использоваться с начала 2000-х годов с «легкой руки» Саймона Анхольта (Simon Anholt). Можно отметить, что термин бренд появился в работах по маркетингу и продвижению территорий (place marketing и place promotion) на удивление поздно, если учесть, что первые примеры этих явлений (в виде «любительского бустеризма») относятся еще к началу 20 вв., когда бурное развитие США и Канады заставило небольшие города и поселения, вступать в жесткую конкуренцию за новых жителей, бизнесменов и особенно инвесторов.

Практика «бустеризма» (boosterism) нашла отражение даже в художественной литературе, например в рассказах П.Г. Вудхауза. Постепенно «любительский бустеризм» превратился в профессиональный маркетинг территорий, адаптируя новые техники продуктового маркетинга. [1,3] При этом важно отметить, что туризм стал одним из двух основных каналов, наряду с маркетингом экспорта, по которому теория брендинга проникла в маркетинг территорий. Именно в сфере туризма уже в конце 1970-х возникли понятия (туристской) дестинации (destination), и соответственно маркетинга дестинаций и брендинга дестинаций.

Широкий обмен лучшими практиками между коммерческим и территориальным маркетингом, способствовало созданию представления о том, что брендинг дестинаций можно рассматривать как разновидность территориального брендинга, и что инструменты коммерческого брендинга одинаково применимы к обоим направлениям. Эта точка зрения не разделяется многими исследователями, включая и С. Анхольта [5, с.3].

Термин «туристская дестинация» был введен профессором Мейсенского университета (г. Окленд, Новая Зеландия) Н. Лейпером в 1979 г. В зарубежной литературе существуют два подхода к определению понятия «дестинация». В рамках первого подхода дестинация описывается как территория, имеющая определенные географические границы. Например, Всемирная туристская организация ООН, дала следующее официальное определение: «дестинация - физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристские продукты, такие как услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность»[8,с.36].

С другой точки зрения, дестинация - «это географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов»[9,с.197], “географическое пространство, которое формируют кластеры туристических ресурсов, а не политические границы”[6, с.1]. То есть здесь на первый план выступает категория «привлекательность», которая может отличаться для различных групп туристов.

Первым отличием дестинации от территории можно назвать, таким образом, географический фактор.[1,2] Территория (place) - это страна, регион или город с четкими административными границами, в то время как дестинация - это цель поездки туриста, которая может быть и трансграничной в политическом и административном отношении.

Второе отличие связано с особенностями маркетинга. В сфере туризма можно наблюдать наиболее сильные связи некоммерческого и коммерческого маркетинга, а такие организации, как советы по туризму имеют принципиально маркетинговую суть. Туристские ресурсы вполне можно рассматривать как продукт, который необходимо продать потребителю, поэтому в брендинге дестинаций вполне применимы приемы классического маркетинга и брендинга.

Стратегии, предлагаемые в рамках маркетинга туристских дестинаций, основываются на анализе целевых аудиторий; формировании и адаптации туристского продукта в соответствии с результатами маркетинговых исследований; реализации комплекса мер по продвижению туристской дестинации. брендинг дестинация туризм

Дестинация должна определить свои самые мощные преимущества, сформулировать суть бренда, которая позволяет дифференцировать ее и сделать привлекательной для

посетителей, и последовательно продвигать эту сущность через все маркетинговые коммуникации. Со временем это поможет дестинации получить последовательную репутацию, и сформулировать ценности бренда. Результатом, как и в коммерческом брендинге должна стать готовность туристов платить за предоставляемые брендированной дестинацией услуги более высокие суммы. Соответственно, здесь будет действовать «Закон сужения» Райса, который гласит, что бренд укрепляется, когда сужается его фокус: чем четче и ярче представление потребителей о том, что означает бренд, тем сильнее бренд, крепче его отношения со своими покупателями, больше и дороже он продается.

В случае с брендингом территории применяется противоположный подход, комплексный и диверсифицированный, в противовес специализированному, сфокусированному на каком-то одном аспекте, таком как туризм для брендинга дестинаций. С. Анхольт создал концепцию национального бренда, представив ее в виде шестиугольника, который показывает шесть элементов современного бренда территории: туризм, экспортные бренды, политика, бизнес и инвестиции, культура, люди. Позиция Анхольта заключается в том, что необходимо проводить четкое различие между кампаниями продвижения отдельных «продуктов» территории таких, как туризм, которые вполне могут улучшить продажи в своих конкретных сферах и среди своих конкретных аудиторий, но мало или вообще не влияют на общий имидж территории - и кампаниями территориального брендинга.

Таким образом, территориальный брендинг, по Анхольту, - это не маркетинг и даже не брендинг, это работа над «конкурентной идентичностью», можно сказать над репутацией [4, с.4]. В основе территориального брендинга должен лежать «синтез бренд-менеджмента с публичной дипломатией, сопровождаемой активным развитием торговли, инвестиций, туризма и экспорта» [4, с.3]. Попытки с помощью маркетинговых коммуникаций, без изменения политики, оказывать влияние на отношение международного сообщества к целой стране (городу, региону) не дают ничего, кроме траты денег налогоплательщиков.

Можно привести пример такой успешной туристской дестинации как Турция, которая в рейтинге туристских брендов стран Bloom Consulting Country Brand Ranking Tourism за 2013 заняла 9 место, при этом в индексе национальных брендов Анхольта только 33.

Другой пример в расхождении туристского и территориального брендов - Новая Зеландия. Запущенная в 1999 кампания «100% Pure New Zealand» успешно продвигает в мире позиционирование страны как «чистой и зеленой» туристской дестинации. Однако параллельно, с 2002 года, шла кампания национального брендинга страны, проходившем под слоганом «New Zealand, New Thinking» центральным элементом которой было создать образ Новой Зеландии как высоко инновационной и предпринимательской страны, дабы привлечь иностранные инвестиции и способствовать дальнейшему развитию экспорта [7, с.1]. В рамках туристской стратегии очень удачным оказался кобрендинг страны с франшизой фильмов по произведениям Дж. Р.Р. Толкина, которые помогли изобразить Новую Зеландию как волшебную страну, далекую от современной цивилизации с потрясающей по красоте природой. Но этот образ не стыкуется с позиционированием страны как местом для бизнеса, делового сотрудничества, ценностями креативности, инновационности, профессионализма и технологичности. Интересно заметить, что в фильм «Властелин колец» не вошел эпизод из книги, в котором хоббиты, вернувшись после победы над Темным Властелином, восстанавливают свою страну от фабрик и «satanic mills» построенных там Саруманом вместо вырубленных лесов, возвращая Ширу облик «чистой и зеленой», пасторальной страны, то есть, фактически, проводят деиндустриализацию.

Третье принципиальное различие - целевые аудитории. Для брендинга дестинаций - это в первую очередь внешние аудитории - туристы и туроператоры. В процессе брендинга территории важным является сохранение целостности восприятия бренда города различными группами потребителей, поскольку практика показывает, что довольно часто возникает разрыв при интерпретации бренда внешними по отношению к территории и внутренними потребителями. Нередко в погоне за брендом дестинации, вызывающим восхищение у туристов и внешних посетителей, про местных жителей забывают. Так, позиционирование

Лас-Вегаса как «города греха» со слоганом «Что случается здесь, остается здесь», принятый в 2001 году, оказался удачным для развития туризма, но вызвал большое недовольство горожан.

Таким образом, можно сформулировать принципиальные различия между брендингом территорий и брендингом дестинаций:

Во-первых, географически - дестинация может выходить за административные и политические границы. Во-вторых, при создании бренда дестинации в большей степени можно использовать маркетинговые коммуникации и технологии коммерческого брендинга, а для брендинга территорий - репутационный менеджмент и общественную дипломатию. В третьих, бренд дестинации должен быть нацелен на четкий целевой сегмент, обладать узким позиционированием, включая уникальное конкурентное преимущество, как основание для дифференциации, или «отстройки» от дестинаций-конкурентов. Бренд территории должен быть результатом компромиссов и согласований, а значит более нейтральными и неконкретными, приемлемым для всего обширного круга стейкхолдеров. При этом ключевая целевая аудитория для бренда территории - внутренняя, жители города, а для бренда дестинации - туристы.

Вопросы к обсуждению:

1. Определение понятий «бренд» и «бренд территорий».
2. Понятие «территориального брендинга».
3. Классификации брендов территорий

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 1.2. Разработка бренда туристской территории.

3.

Цели занятия:

- сформировать представление о процессах формирования уникального персонифицированного туристского продукта
- сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка бренда туристской территории.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Классификации брендов территорий. Подходы (модели) к формированию бренда туристских территорий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с

		применением обратной связи
3	Цель, задачи и функции брендинга территории	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Международные бренды, выходя на внешние зарубежные рынки, испытывают конкуренцию со стороны местных брендов и международных конкурирующих брендов.

Джон Ф.Джонс в своей книге «Мифы, небылицы и факты о рекламе» выделяет следующие группы брендов:

Международные бренды, продвигаемые транснациональными корпорациями и использующие в своих коммуникациях глобальные или глокальные рекламные стратегии.

Международные бренды, продвигаемые транснациональными корпорациями и использующие в своих коммуникациях многонациональные рекламные стратегии, предельно адаптированные к условиям местного рынка.

Местные бренды, продаваемые транснациональными корпорациями, которые по очевидным причинам не используют международные рекламные кампании. Их количество не уменьшается; фактически международные компании всегда находятся в поисках брендов, на которые можно было бы оформить право собственности на международном рынке. К ним относятся: Россия - щедрая душа (Путешествие, кофе с молоком; сударушка; восторг); сигареты «Ява Золотая», «Союз-Аполлон». Бренд и торговая марка: развод по-русски: Учебное пособие / Под редакцией Н. Тесаковой и В. Тесакова. - СПб: Питер, 2012. - 267 с.

Местные бренды, продаваемые местными производителями и использующие местные, локальные стратегии.

В каждой стране продаются бренды всех четырех типов, однако их удельный вес (значимость) и доля присутствия на рынке отличаются. Практически во всех странах самая малочисленная группа брендов - первая. На их долю приходится порядка 10 %, однако их значимость в своей товарной категории и в потребительских предпочтениях может быть достаточно высокой. Часто они бывают лидерами в своей товарной категории и демонстрируют высокий потенциал развития.

По статистике, на мировом рынке из каждых 20 новых брендов 17 терпят фиаско потому, что большинство рекламодателей стараются создать «универсальный бренд» для всех без исключения потребителей, не дифференцируя их на сегменты. В результате бренд лишается индивидуального характера, не несет уникального торгового предложения и не удовлетворяет потребителей.

Бренд-менеджерам необходимы критерии в области принятия решений - когда, где и как глобализировать или локализовать бренд. Данные решения должны быть основаны на типологии брендов и характеристиках среды, в которой они используются.

Оценивая потребность бренда в локализации, маркетологи должны рассматривать четыре ключевых фактора:

Выделяют четыре типа международных брендов: Дмитренко Т.А. Эмоциональные составляющие бренда как основа его конкурентоспособности.// Научный журнал. - 2013. - № 1 (23).

1. Мастер бренды (Nike, Sony, Coca-Cola, Kodak) строятся на мощных мифах или повествованиях социальной направленности (например, тема независимости компании Levi's

или тема соединения людей при помощи мобильных телефонов Nokia). В основе призыва этих брендов лежит скорее универсальность их повествования, а не факт глобальности; очень часто являются первопроходцами и, соответственно, лидерами в своей товарной категории; имеют богатые традиции и наследие и в целом достаточно долго находятся на рынке. В этой связи, основной трудностью является поддержание соответствия мифа каждому новому поколению потребителей (миф должен быть постоянно актуален, не старомоден). В этом смысле наиболее успешной компанией является Кока-Кола, менее успешной - компания Levi's; могут переступать границы своего национального происхождения и восприниматься потребителями как воистину глобальные бренды (Кока-Кола). Таким образом, они допускают очень маленькую степень локализации (если вообще допускают), так как последняя может угрожать подрыву их универсальности или мифическому призыву; менее эксклюзивны, чем бренды престижа: «данный бренд - это символ статуса, однако любой человек может им обладать».

2. Бренды престижа (Chanel, BMW, Rolex и Gucci, Absolut) строят свой призыв на основе специфических мифов культурного происхождения основателя или технологии (например, Mercedes в качестве воплощения немецкого дизайна и инженерного отличия); почти всегда занимают сильные позиции в категории люкс и обладают высокой степенью притязания. Подобно волшебному амулету, бренд престижа повышает значимость любого, кто им пользуется. Игнорируя большинство за счет апеллирования к выбранному меньшинству, бренды престижа активно отрицают локализацию. Например, BMW и Mercedes в Японии и Сингапуре будут избегать использования местных икон (рекламных персонажей), чтобы оставаться достаточно притязательными.

3. Супербренды универсально доступны (как и мастер бренды); в отличие от мастер брендов, больше определяются своей категорией, чем мифом или повествованием (Gillette, Pepsi, McDonald's, Shell, Philips, American Express); могут быть достаточно успешными наряду с любыми другими в данной категории, при этом не отличаясь от других каким-нибудь отличительным мифом или повествованием, которым они обладают («эти бренды являются серебряными медалистами, которым можно доверять»); стараются стать актуальными и уместными за счет локализации каких-нибудь элементов (например, McDonald's адаптирует свою продукцию или даже идею быстрого питания к местным условиям); они остаются на плаву, внося постоянные инновации в свою продукцию или систему услуг (например, эволюция системы бритья Gillette) или Adidas.

4. Глокальные бренды (Dove, Nestle и Danone) Доступны глобально, но позиционируются локально, часто под именами локальных или региональных продуктов (суббренды). Например, шоколадный батончик «Шок», мороженое «48 копеек», «Золотая марка»; шоколад «Россия - щедрая душа» воспринимаются как местные бренды, хотя являются собственностью компании Nestle. Даже там, где потребители осознают эту глобальную дистрибуцию, глокальный бренд рассматривается как один из «наших». Они допускают высокую степень локализации и обычно принадлежат категориям со слабой демонстрационной ценностью: Бренд и торговая марка: развод по-русски: Учебное пособие / Под редакцией Н. Тесаковой и В. Тесакова. - СПб: Питер, 2012. - 267 с.

- продукты питания
- хозяйственные товары (товары для дома)
- средства личной гигиены (зубная нить);

Потенциальная, притязательная ценность данного продукта соответствует местным экономическим условиям; во многих слаборазвитых странах и новых потребительских сообществах ряд ходовых товаров широкого потребления принимают на себя такую функцию (например, туалетная бумага Kleenex, за рубежом воспринимается как товар низкого ценового сегмента с низким уровнем притязательности, в России - с высоким уровнем притязательности).

Дать брендингу четкое и конкретное определение будет сложно. Он включает целый ряд отдельных составляющих, каждая из которых преследует достижение главной цели - узнаваемости данного бренда, производящего угловые шкафы купе или безалкогольный

напиток, среди множества аналогичных, создание у потребителя стойкой позитивной ассоциации, стимулирующей желание совершить покупку. Но для того, чтобы в разы увеличить популярность разрабатываемого бренда, надо приложить немало усилий - создать яркое броское имя, разработать интересный логотип, продумать эффективную рекламную поддержку. Все эти вопросы призван решать профессиональный брендинг, который позиционируется как один из максимально эффективных и быстрых методов современного маркетингового управления продажами.

Отождествлять понятия бренда и торговой марки, под которой реализуются шкафы купе прихожие и прочая мебель, путая эти понятия, было бы не совсем неверно. Среди сотен тысяч ведущих компаний, подавляющее большинство из них владеют собственными торговыми марками, тогда как владельцев брендов - лишь несколько десятков. Торговая марка - это оптимальный способ выделить свой продукт среди множества аналогов на рынке. А бренд представляет собой не просто товарный знак, а стойкий положительный образ продукта, для которого основными показателями являются гарантированное высокое качество, уникальный яркий дизайн, а также - способность полностью удовлетворить потребность потребителя, если он решит отдать ему предпочтение перед конкурентными товарами.

Брендинг объединяет в себе несколько различных маркетинговых технологий, которые тесно взаимосвязаны между собой. Упустить из виду одну из них - значит, снизить эффективность проделанной работы и не достичь основной цели. Каждая технология, находящаяся в составе брендинга, требует к себе исключительно профессионального подхода и только качественного исполнения - это залог, что разрабатываемый бренд, под которым изготавливают шкафы купе на заказ и другие уникальные образцы мебели, будет популярным и легко узнаваемым среди множества других, вызывая полное доверие потребителя.

Брендинг - это важная задача, решение которой требует участия в работе целой команды профессионалов маркетинга. Каждый из них будет трудиться над строго определенным участком процесса, выбирая одну лучшую из сотен новых идей и постепенно доводя ее до совершенства. А итогом совместных усилий будет выход на рынок нового уникального бренда, которого в перспективе ожидает большое будущее. Васильева М., Надеин А. Бренд: Сила личность» - СПб. : Питер, 2013.

## 1.2 Этапы создания бренда

Раньше наличия этикетки на продукте было достаточно, чтобы увеличить доверие к товару и его продажи, но, в связи с ростом конкуренции и появлением новых технологий, даже красивая упаковка теперь не гарантирует преимущества.

В условиях изобилия различных товаров и услуг покупатель хочет активно участвовать и делать взвешенный выбор при их покупке. Он примеряет для себя выгоду предложения, определяет для себя насколько это соответствует его потребностям, связывает атрибуты бренда с положительным и отрицательным опытом, соизмеряет стоимость с качеством и известностью торговой марки.

Производители товаров и те, кто занимаются их перепродажей, не инвестируют в брендинг из-за большой стоимости услуг брендинговых агентств. Они попросту не понимают, за что они платят, не видят целей и не имеют возможности оценить результат.

Рассмотрим, как спланировать процесс разработки бренда, сделать процесс создания максимально прозрачным и соответствующим вашему бюджету. А то, что этим заниматься необходимо, сомнений быть не должно, потому что:

\*Узнаваемый бренд позволяет продавать товар в больших объемах по более высокой цене.

\*Лидеры рынка - те компании, которые делают весомые инвестиции в брендинг.

Проект создания бренда состоит из следующих основных этапов: Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. - СПб.: Питер, 2012. - 381с.

1. Составление, описание целей и планирование проекта.

2. Анализ текущей ситуации на рынке (маркетинговые исследования).

3. Составление и корректировка технического задания на разработку элементов бренда.

4. Поиск исполнителя и контроль выполнения работы.

5. Продвижение бренда и мониторинг его эффективности.

Рассмотрим каждый этап проектирования бренда более конкретно и детально.

ЭТАП 1: Составление, описание целей и планирование проекта разработки бренда

Планирование - это ключ к успешной реализации Вашего проекта. Без четкого и продуманного порядка действий Вы не сможете качественно реализовать Ваш проект, не упустив ничего из виду.

Основная задача плана - это организация Ваших действий, установление сроков и последовательности выполнения задач, установление бюджета и способа оценки достижения целей.

На данном этапе необходимо определить, а лучше прописать: цель создания бренда (цель должна соответствовать миссии организации), место бренда в архитектуре других брендов или торговых марок предприятия, желаемые характеристики бренда (качества, жизненные цикл, конкурентные преимущества), сформулировать измеряемые параметры бренда, по которым в дальнейшем будет проводиться оценка его эффективности.

Также необходимо провести анализ имеющихся ресурсов компании (финансовых, трудовых, информационных), спланировать сроки выполнения проекта, обозначить бюджет компании для выполнения проекта. Если проектом будет заниматься несколько человек, то нужно определить команду лиц, ответственных за выполнение проекта.

Таким образом, план должен включать в себя следующие пункты:

\*Цели.

\*Желаемые характеристики бренда, его измеримые показатели.

\*Список выполняемых работ (для удобства необходимо разделить работу на мелкие составляющие).

\*Сроки для каждого отдельного этапа (помимо сроков указать контрольные точки по проекту).

\*Ответственные за выполнение проекта лица.

\*Ресурсы (имеющиеся в наличии, необходимые, и их источники).

\*Бюджет.

\*Возможные риски и форс-мажорные обстоятельства.

План может выглядеть так, как удобно вам, но в любом случае вся информация, занесенная в него, должна быть понятной и ясной. Программа Microsoft Project предназначена для управления проектами.

ЭТАП 2: Анализ текущей ситуации и исследование рынка Бадьин А. Бренд - боевая машина бизнеса.// Маркетинг. - 29 августа 2010.

После того, как Вы составили план разработки бренда Вам необходимо проанализировать текущую рыночную ситуацию. Данный этап можно разделить на несколько подэтапов:

\*сбор и анализ информации о бренде;

\*анализ конкурентов;

\*анализ целевой аудитории.

2.1 Сбор информации о бренде подразумевает под собой определение необходимости создания бренда, определение его ценового сегмента и рынков сбыта (региональный, национальный или международный). Также необходимо обозначить, как долго бренд будет присутствовать на рынке, и характерна ли для него сезонность.

Если у компании есть текущие слоган и коммуникации, проанализировать их (подходят ли они и для бренда или есть необходимость в их создании). Еще одним важным моментом является определение маркетинговых целей, которые стоят перед брендом на период от одного до трех лет (доля рынка, увеличение продаж, создание и улучшение имиджа компании и т.д.).

Как правило, вся эта информация систематизируется в брифе (бриф - это краткая форма, в которой прописываются основные параметры будущего проекта). Заполнив бриф, вы сможете комплексно рассмотреть и проанализировать всю имеющуюся информацию.

2.2 Следующий шаг - анализ конкурентов. Самая большая ошибка - думать, что у вас нет конкурентов, или их мало и не стоит обращать на них внимание. Увы, но конкуренты есть у всех, и степень соперничества ежедневно возрастает. Поэтому, в первую очередь, вам необходимо выявить сильные стороны и недостатки конкурентов (провести SWOT-анализ). Необходимо сказать, что лучше вас самих этого не сделает никто! Помните, этот процесс непрекращаемый, и не стоит обманываться в том, что вы уже все знаете.

2.3 На этапе анализа целевой аудитории (изучение предпочтений потребителей) необходимо четко описать вашу целевую аудиторию (возраст, пол, места совершения покупок), а также выяснить чего бы покупатель хотел, какие потребности у него не удовлетворены. Основная проблема здесь в том, что потребитель никогда не знает чего именно он хочет. Поэтому необходимо быть тонким психологом, чтобы предугадать реакцию потребителя на вашу идею. Важно также понять, что мотивирует потребителей к совершению покупки.

Все исследования можно проводить несколькими методами: полевые исследования (метод первичных данных) и кабинетные исследования (метод вторичных данных). Отличие двух методов в том, что при кабинетном исследовании используется ранее собранная и уже доступная информация, а при полевом исследовании - данные для решения конкретных целей собираются "с нуля". Помимо того, маркетинговые исследования бывают количественными и качественными. Количественные методы позволяют получить точные числовые данные, как правило, это статистическая информация, на основе которой можно сделать различные расчеты и прогнозы. С помощью качественных методов можно определить реальные потребности потребителей, их отношение к товару, мотивы покупки, и многое другое. На основе этих данных можно узнать, как улучшить товар, на чем стоит сделать акцент в рекламной кампании, что стоит изменить в товаре, чтобы привлечь больше покупателей и др.

Кабинетные исследования дают ряд преимуществ перед полевыми: это и быстрота проведения, и наличие нескольких источников информации, и более низкие финансовые и трудовые затраты. Однако, всегда необходимо следить за тем, чтобы информация была всегда «свежей» и актуальной.

Не нужно лишний раз «изобретать велосипед», особенно, если ранее уже подымались вопросы и проблемы, аналогичные вашим. Лучшим решением будет использование имеющейся в наличие и уже собранной информации. Если вы не уверены в том, что осилите эту задачу, обратитесь к профессионалам (к примеру, в брендинговое или маркетинговое агентство).

Только постоянный мониторинг и анализ эффективности бренда, рыночной ситуации, конкурентной среды и потребителей, может гарантировать вашему бренду долгосрочное и успешное пребывание на рынке.

ЭТАП 3: Составление технического задания (ТЗ) на разработку бренда Заикин А. Как создать сильный бренд // Маркетинг. - 2011. - №3. - С.49-63.

Третий этап, пожалуй, самый емкий и один из самых ответственных этапов на пути разработки нового дизайна. Ведь именно от того, насколько грамотно, правильно, точно и четко вы составите техническое задание, будет зависеть конечный результат, который вы получите от исполнителя этого задания, сроки его выполнения и успех проекта.

Для разработки бренда вам, скорее всего, понадобится составлять несколько технических заданий, поскольку бренд включает в себя несколько элементов: вербальная составляющая (нейминг, слоган, легенда, рекламный текст) и визуальный образ (логотип, фирменный стиль, упаковка, рекламные материалы). Некоторые из элементов могут быть определены сразу (например, слоган фирмы будет совпадать со слоганом бренда), а некоторые необходимо будет разработать.

Техническое задание пишет руководитель проекта. Никто лучше вас не опишет идеи, цели, принципы и деятельность вашей компании, такое описание должно быть максимально понятно, и представлено в виде общего рассказа о компании.

Идеальное техническое задание - такое, которое максимально сужает просторы для творчества, и переводит работу исполнителя в разряд рутинной. В таком случае и исполнителя найти легче, и гонорар его будет существенно ниже.

Исполнитель не должен планировать, размышлять и выдумывать. Его обязанность - предоставить оговоренное количество вариантов, которые бы максимально различались между собой.

Написать идеальное ТЗ с первого раза очень сложно, поэтому необходимо составить очередность таким образом, чтобы у вас была возможность менять и дополнять техническое задание после поступления новой информации, при этом, не обрекая исполнителя на ненужную работу. Не расстраивайтесь, если на составление ТЗ у вас уходит больше времени, чем у какого-либо исполнителя на выполнение его участка работы. Это вполне нормально.

Структура технического задания содержит следующие разделы: Заикин А. Как создать сильный бренд // Маркетинг. - 2011. - №3. - С.49-63.

1. Название и цель проекта. Название проекта может быть условным, но должно быть содержательным и отражать общую цель проекта. Очень важно в ТЗ указать цели и задачи, которые должны быть решены в рамках проекта (для чего нужен проект, его краткосрочные и долгосрочные цели, общее назначение).

2. Описание компании заказчика. Необходимо указать основную информацию о компании: миссия, сфера деятельности, портфель брендов, перечень основных конкурентов, конкурентные преимущества самой компании и уникальное торговое предложение (УТП), традиции представления графической информации (логотипы, товарные знаки, цветовая гамма) и описание существующих коммуникаций и элементов бренда.

3. Описание ситуации рынка разрабатываемого бренда. В техническом задании необходимо указать ценовую категорию бренда, дать общую информацию о целевой аудитории и составить описание уже существующего бренда, в случае его ребрендинга.

4. Референсы ? примеры работ, которые вам нравятся, в контексте данного проекта.

5. Требования - здесь вы должны описать все функциональные и технические требования к проекту. А также графические, текстовые требования, пожелания касательно цветовой гаммы, выбора стилистики, шрифтов, персонажей и требования по созданию общего образа проекта. Здесь вы можете указать также успешные, по вашему мнению, аналогичные проекты, чтобы Исполнитель лучше понимал, что вы хотите получить.

6. Перечень предоставляемых материалов для использования в проекте - помимо описания требований к проекту, вы можете помочь исполнителю, предоставив ему ваше видение проекта - эскизы, графические и текстовые материалы.

7. Сроки начала и окончания проекта. Гонорар исполнителя.

Примеры технического задания:

\*ТЗ на разработку дизайна упаковки.

\*ТЗ на написание статьи для сайта.

Вопросы к обсуждению:

1. Принципы территориального брендинга.
2. Маркетинговый аудит.
3. Анализ целевых аудиторий брендинга.

1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ  
2. РАЗДЕЛ 2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ  
БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

## Тема 2.1. Управление брендом туристской территории.

### 3. Цели занятия:

-сформировать представление о методах и технологиях проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

-сформировать понимание о современных технологиях сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма

### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Безопасность путешествия,	
2	Страхование при поездках	
3	, Правила для путешественников,	

В последнее время все больше областей и регионов целенаправленно занимаются маркетингом своих территорий, созданием собственного бренда, которые обуславливают инвестиционную и туристскую привлекательность местности. Опираясь на современную научную базу, используя современные технологии брендинга, российские регионы способны выйти на новый уровень в своем социально-политическом и экономическом развитии и внести важный вклад в развитие имиджа России в целом. Продвижение брендов должно проводиться с тех сторон, которые характеризуют продукцию наиболее привлекательно для потенциальных покупателей. В то же время параметры туристского продукта должны быть уникальными, чтобы клиенту становилось понятно, что данные качества касаются только этой продукции. Концепция бренда должна вызывать у целевой аудитории четкие ассоциации с собственными предпочтениями, эмоциями, жизненным опытом, мыслями и бытом. Каждый из представителей целевой аудитории должен знать о том, что предлагаемый товар просто идеален и полностью ему подходит. Конечно, не каждый регион России может гордиться наличием на своей территории уникальных во всем мире природных или историко-культурных туристических объектов, ради которых будут ежегодно приезжать сотни тысяч туристов. Для Кировской области одной из приоритетных задач по-прежнему остаётся повышение привлекательности туристического потенциала. В области планируется создать и развивать семь основных туристских кластеров. Предполагается, что это будут территориальные объединения, связанные общими направлениями туризма. Так называемый туристский каркас, позволяет наиболее полно использовать туристический потенциал региона и предотвращает межрайонную конкуренцию. В связи с этим развитие теоретико-методических положений по формированию локального бренда территории представляется актуальной и своевременной задачей. Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ туристско-рекреационного потенциала озера Лежнинское Кировской области и проектирование на его основе локального туристского бренда. Реализация данной цели осуществляется с помощью решения следующих задач: провести анализ научной и учебной литературы по теме «Туристский бренд»; проанализировать туристско-рекреационный потенциал озера Лежнинское Кировской области. провести опрос потенциальных покупателей об оценке восприятия Лежнинского озера как бренда провести разработку компонентов бренда озера Лежнинское предложить рекомендации по продвижению спроектированного туристского бренда. Объект исследования - туристский бренд территории. Предмет исследования - проектирование и продвижение туристского бренда озера Лежнинское. Методы исследования: опрос; анализ документов, статистических данных; анализ данных периодической печати, учебной литературы, практических пособий. метод проектирования Информационная база исследования. В выпускной квалификационной работе использованы

статистические данные с официального сайта Правительства Кировской области. Теоретическая и практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что сформулированные в результате исследования выводы и предложения, могут быть востребованы в работе по продвижению локального туристского бренда.

**1 ПОНЯТИЕ И СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ БРЕНДА** Бренд происходит, как считают, от латинского brand - клеймо, тавро или от скандинавского brandr - жечь, выжигать. С древних времен клейма (бренда) удостоивался только высококачественный товар [8]. Бренд — это: обещание потребителям желаемых потребительских качеств; демонстрация и гарант конкурентных преимуществ.

Под туристическим брендом подразумевают известный объект или комплекс объектов природного, культурно-исторического наследия, а также маршрут, охватывающий посещение данных объектов, уникальные события, ремесла, услуги, занятия, привлекающие к себе большой поток туристов. Бренд региона может задать стратегический вектор развития территории. Бренд туристского региона - совокупность наименования туристского региона, его логотипа, слогана, символа, фирменного стиля туристских услуг, а также других признаков, сформированных на основе идентичности туристского региона, формирующих целостный образ, определяющий его отличие от конкурентов в восприятии потребителей.

Брендинг - это процесс формирования и управления брендом; комплексная программа, целью которой является позиционирование территорий и повышение их потребительской ценности.

Цель брендинга - обеспечение присутствия бренда региона в информационном пространстве, обеспечение узнаваемости бренда. Можно выделить субъекты, принимающие участие в процессе брендинга, и потребителей бренда.

Субъект брендинга - инициатор и непосредственный участник деятельности по формированию бренда.

К субъектам разработки бренда территории можно отнести: органы региональной и муниципальной власти, региональные средства массовой информации, общественные организации, бизнес-структуры и их объединения, спортивные, культурные, научные и образовательные учреждения отдельных индивидов, жителей данной территории. Все они, так или иначе, осуществляют вклад в развитие территории, а объединение усилий перечисленных субъектов и их совместная деятельность является важным условием эффективности территориального бренда.

Объект брендинга в широком смысле - некоторая территория: страна, регион, город, муниципальное образование.

Объектами брендинга в узком смысле - могут выступать:

Фирменный стиль региона (логотип, слоган, полиграфия, брошюры, интернет);

Общественный транспорт (аэропорты, вокзал, автобусные станции, остановки, метрополитен);

Навигация в регионе (схемы, вывески указатели);

Городские объекты повышенного внимания, достопримечательности (музеи, выставочные центры, парки);

Городская среда (городские объекты);

Оформление событий и мероприятий (дни города, праздники, фестивали).

Предмет брендинга - уникальные особенности и конкурентные преимущества территории, с помощью правильного использования которых создаётся бренд территории.

Потребители туристического бренда - целевые аудитории, на которые направлено влияние, оказываемое брендом. Их можно условно разделить на две группы: а) внешние: органы и представители федеральной власти, спонсоры, туристы, квалифицированные кадры, «внешние» средства массовой информации (международные и федеральные); б) внутренние: жители территории (могут подразделяться на более узкие группы в зависимости от конкретных задач того или иного мероприятия: семьи, маленькие дети, спортсмены, пенсионеры, влюбленные).

Следовательно, бренд должен формироваться как для внешних, так и для внутренних аудиторий, причем эти два компонента взаимосвязаны: только создав положительный имидж территории для её жителей, можно возлагать на успех в продвижении бренда во внешнюю среду.

По ширине охвата потребителей территориальные бренды делят на три базисные категории - локальный, национальный и мультинациональный. Местный, или локальный, бренд можно определить, как бренд, присутствующий на определенной ограниченной площади - на границе одного города или даже городского района, в рамках одного туристского центра, достопримечательности. Локальность бренда не является признаком его слабости: как правило, это результат продуманной стратегии брендинга, рациональное распределение ресурсов. Немало организаций и территорий предпочитают создавать мощные локальные бренды и концентрироваться на одном регионе вместо создания "размытого" бренда национального уровня.

Примерами ярких брендов локального уровня являются известные туристские центры Италии - Неаполь, Флоренция, Венеция. Мультинациональный (мировой) бренд - это бренд, который основывается на единых стратегических принципах в области позиционирования и маркетинга в глобальных масштабах. В то же время определенные маркетинговые события на разных территориях могут различаться в зависимости от национальных особенностей стран и туристских регионов.

Национальный бренд существует в пределах одного государства, нуждается в значительных финансовых вложениях на формирование и развитие, однако работа по созданию национального туристского бренда является необходимой для успешного продвижения страны на международном туристском рынке.

Конкурентные преимущества регионов в сфере туризма: Географическое положение региона Политика управления регионом, выстроенная система взаимодействия органов власти Существование культурных и архитектурных достопримечательностей; природных объектов, оздоровительных ресурсов Туристический бренд региона Благоприятный налоговый режим Выгодный инвестиционный климат (инвестиционная политика) Устойчивая финансово-кредитная политика Сформированная инфраструктура региона Региональное регулирование сферы туризма в регионе (региональные программы) Специалисты выделяют пять уровней лояльности потребителей к бренду.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие бренд-менеджмента и модели управления брендом.
2. Бренд-стратегия территории.
3. Позиционирование территории: этапы и стратегии.

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Тема 2.2. Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций.

#### 3. Цели занятия:

- сформировать представление о методах и технологиях проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

- сформировать понимание о современных технологиях сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма

#### 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. Высокий уровень международной конкуренции на мировом туристском рынке заставляет государства прилагать огромные усилия для привлечения туристов в страну, использовать новые технологии продвижения национального турпродукта, вкладывать существенные финансовые ресурсы в продвижение туристских дестинаций.

Одним из важных факторов, непосредственно влияющих на расширение и увеличение туристских потоков в дестинацию, является состояние рекламно-информационного обеспечения туристской индустрии. Реклама туристского потенциала дестинации, активное продвижение национального туристского продукта являются необходимым условием роста туристских потоков в эту дестинацию и способствуют увеличению дохода от туризма. Те страны, в которые в последние годы увеличивается въездной поток, в частности, Китай, Индия, страны Восточной Европы, как правило, проводят активную рекламную кампанию по привлечению туристов.

Следует отметить, что при разработке рекламных стратегий обычно сегментируют туристский рынок и разрабатывают маркетинговые и рекламные кампании для охвата конкретных сегментов рынка. Национальные рекламные кампании обычно проводятся под определенным слоганом, например, «Невиданный Таиланд» (Таиланд), «Камерун, Шоколадное Сердце» (Камерун), «Насладись Англией» (Англия), «Остров всех сезонов» (Кипр), «Мексика: ближе, чем когда-либо» (Мексика). Часто слоган связан с каким-либо

событием, например, «Год Моцарта» (Австрия), «Здоровье и фитнес» (Германия, там проходил Кубок Мира FIFA).

В большинстве стран предприятия туристической индустрии относятся к малому и среднему бизнесу, поэтому требуется национальная поддержка продвижения турпродукта на международных рынках. Объемы финансирования зависят от экономической развитости страны, государственной политики в области туризма и размера туристских потоков. Государственные маркетинговые бюджеты многих зарубежных стран существенно больше, чем в России, а в совокупности с долей частного сектора в них эти затраты совершенно несопоставимы с российскими. Возможно, это в значительной степени объясняет отставание России в продвижении страны как туристского направления.

Сотрудничество государства и частного сектора является одним из наиболее эффективных методов повышения конкурентоспособности в туризме и фактором, обеспечивающим устойчивое развитие туризма, а также эффективным инструментом продвижения как туристских дестинаций, так и отдельных национальных туристских продуктов.

НТО осуществляют продвижение страны как туристской дестинации за рубежом, планируют и реализуют маркетинговые программы, связанные с изучением целевых рынков, анализом туристских потребностей и т.п. Успешно организованная и проведенная маркетинговая кампания способна существенно повысить конкурентоспособность туристской дестинации и обеспечить рост поступлений от международных туристских прибытий.

В связи с процессами глобализации и концентрации в туризме во многих странах правительственная поддержка туристской индустрии перестала быть национальным интересом, так как туристские компании становятся интернациональными. В результате все больше правительств начало обращаться к частному сектору, чтобы передать им часть маркетинговых функций и осуществлять эти действия в рамках государственно-частного партнерства. Важно отметить, что тенденция к созданию НТО в форме государственно-частного партнерства усилилась и распространилась во всем мире.

Для НТО ключевыми направлениями маркетинговой деятельности являются определение и изучение главных стратегических туристских рынков, разработка и проведение разнообразных мероприятий по продвижению национального турпродукта. В последние годы одной из важнейших тенденций явилось возрастание роли и ответственности НТО в развитии внутреннего туризма и повышении конкурентоспособности страны, что связано с глобальным экономическим спадом и его воздействием на туризм. В кризисных условиях многие туристы отказывались от продолжительных зарубежных путешествий и предпочитали короткий отдых в своей стране или близлежащих странах. Это отразилось и на деятельности НТО. В настоящее время уже более 70% НТО занимаются изучением внутренних туристских потоков и продвижением внутреннего туризма, что в два раза больше, чем пять лет назад.

Все НТО активно занимаются формированием туристского имиджа и бренда своих стран, а также усилением роли мультипликативного эффекта туризма в пользу местного населения. Например, в середине 1990-х годов Сингапурский совет по туризму (STB) активно развивал новый вид сотрудничества — трансграничное партнерство с соседями по АСЕАН в рамках проекта «Сингапур неограниченный». В то время это был инновационный подход. Роль STB заключалась в маркетинге дестинаций и помощи как посредника в развитии предпринимательства в сфере туризма в частном секторе. Цель проекта «Сингапур неограниченный» состояла в том, чтобы поощрять развитие новых туристских продуктов местных предпринимателей и продвигать эти турпродукты в соседние страны. Местные сингапурские инвесторы вложили свои средства в развитие туристских дестинаций, создали новые туристские активы и окупили свои вложения. Идея проекта «Сингапур неограниченный» была основана на философии коллективной конкурентоспособности — сила в единстве. Правительство обеспечило ключевые конкурентные преимущества туристскому сектору, а частные партнеры привнесли дополнительные преимущества, при этом такая совместная деятельность позволила получить более высокую конкурентоспособность, чем

если бы они действовали порознь. Эту модель можно рассматривать как один из первых удачных примеров государственно-частного партнерства в туризме.

Туристская конкурентоспособность стран во многом зависит от того, какие затраты идут на международный маркетинг и продвижение страны как туристской дестинации. Следует отметить, что существует корреляция между расходами НТО на маркетинг и количеством международных прибытий. В среднем сумма расходов за прибытие составляет 6,3 доллара. Большинство НТА, которые вступают в партнерские отношения с частным сектором, получают дополнительное финансирование на проведение маркетинговых и рекламных кампаний. В результате этого появляются частные предприятия, имеющие огромное влияние как на развитие туристской политики и стратегии НТА, так и на распределение общих бюджетов. Можно утверждать, что прослеживается тенденция ухода от финансирования НТО правительствами к финансированию НТО частным сектором.

Все большее число НТО финансируется за счет налогов на различные сегменты туристической индустрии и налогов на прибытие иностранных пассажиров, таких как пассажирский сбор, введенный в США и Великобритании. Аргентина и Коста-Рика также имеют авиационные налоги и дополнительные сборы. Налоги за ночлег (Bednight) — другой популярный источник дохода, который существует в Бельгии.

Вопросы к обсуждению:

1. Этапы и инструменты продвижения бренда дестинации.
2. Событийная коммуникация.
3. PR-кампания имиджа дестинации.

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.1. Управление брендом туристской территории..

3. Цели занятия:

- сформировать представление о методах бизнес-планирования
- сформировать понимание о процессах проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Заключение договора страхования,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Международные страховые полисы	Информационная лекция Обзорная лекция

		Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Роль страхового полиса путешественника.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Развитие системы долгосрочного планирования на федеральном и региональном уровнях обуславливает необходимость разработки стратегий и программ, направленных на достижение стратегических целей развития территории (региона, муниципалитета). Как показывает международный опыт, одним из ключевых инструментов реализации планов развития является продвижение (маркетинг) территории, в основе которого лежит создание и развитие бренда, демонстрирующего конкурентные преимущества и повышающего привлекательность региона (муниципалитета) для инвесторов и различных групп населения (туристов, квалифицированных кадров, студентов и проч.). Маркетинг территорий как одна из составляющих стратегического развития получил широкое развитие за рубежом в последние 30 лет, обеспечив во многих как развитых, так и развивающихся странах рост конкурентоспособности экономики и повышение качества жизни. Использование инструментов территориального маркетинга и брендинга в России позволит различным заинтересованным сторонам (органам власти, бизнесу, населению, инвесторам и др.) получать наибольшую отдачу от деятельности в регионе (муниципалитете), развивающемся на основе продуманной стратегии и поддерживающем собственный бренд в интересах всех своих партнеров. Территориальная индивидуальность, помимо объективно заданных особенностей (например, географическое положение, природно-климатические условия, история, обеспеченность сырьевыми ресурсами, ранее сформировавшиеся отличия в инфраструктурных предпосылках экономического развития и т.д.), включает также технологии и подходы к работе, доверие партнеров и экспертную информацию, уровень и качество руководства, особенности общения и многое другое.

Эти факторы существенно влияют на имидж, репутацию и, в конце концов, на конкурентоспособность территории. Совокупность особенностей и ресурсов территории формируется объективно, независимо от каждого отдельно взятого человека и представляет собой первооснову, на базе которой формируются ее имидж и репутация. Территориальная индивидуальность является основой формирования конкурентных (отличительных) преимуществ территории и ее конкурентного иммунитета.

Вторая важная характеристика для маркетингового анализа территорий это имидж. Имидж территории - это набор ощущений и образных эмоционально окрашенных представлений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических,

этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории[15].

Субъективное представление о регионе может формироваться вследствие непосредственного личного опыта (например, в результате проживания на данной территории) или опосредованно (например, со слов очевидцев, из материалов СМИ и т.д.).

Третья характеристика – это бренд территории, который представляет собой совокупность уникальных качеств, непреходящих общечеловеческих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей данной территории.

Бренд формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа территории, в основе которого лежат уникальные возможности удовлетворения тех или иных запросов ее потребителей; бренд территории является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений.

Бренд территории - содержательное, сложное, ёмкое системное понятие. Это уникальный эмоционально-позитивный образ, обусловленный природными, историческими, производственными, социально-культурными или другими особенностями территории, ставший широко известным общественности; обещание потребителям территории желаемых потребительских качеств; гарантия качественного удовлетворения запросов потребителя территории, получения определенных выгод; повышенный субъективный уровень ценности территории для потребителя и его удовлетворенности, формируемый через позитивные ассоциации, побуждающие к потреблению территории и напоминающие о ней; важнейший фактор конкурентных преимуществ и доходов региона, ценный актив региональной экономики.

Повышение конкурентоспособности территории предполагает рост ее привлекательности для различных групп потребителей территории. С точки зрения этих групп (подгрупп) целевой аудитории, репутация территории – это предлагаемый регионом комплекс реальных возможностей и подтвержденных практикой гарантий реализации существенных интересов и потребностей членов этих групп, а именно: реальные и вероятные потребители территорий заинтересованы в наиболее эффективном использовании конкурентных преимуществ данной территории для жизни, ведения бизнеса, капиталовложений, отдыха, учебы и т.д. данного контрагента.

Репутация территории в глазах ее потребителей так же, как и потенциал, базируется на предоставляемых ею возможностях и ресурсах. Однако в данном случае речь идет, во-первых, не о потенциальных, а о реально предлагаемых для использования обществом возможностях и ресурсах региона в целях реализации интересов потребителей территории[16].

Во-вторых, репутация территории также воплощает в себе подтвержденные практикой гарантии необходимого уровня удовлетворения специфических нужд целевых аудиторий потребителей территории, которые реализуются посредством определенной экономической и социальной политики, через соответствующие институты (в том числе законодательные) и т.д.

И, наконец, в-третьих, репутация территории содержит в себе элементы, которые вряд ли возможно определять как потенциал. Например, эмоциональная привлекательность, экологическая и социальная безопасность, уверенность в завтрашнем дне, качество отношений с партнерами, репутация руководства региона, комплекс рисков, а также степень их силы и актуальности, особенности общения и т.д.

Выбор территории для взаимодействия с ней сопряжен с различными рисками. Выделяются следующие риски потребителей территории: функциональный, финансовый, физический, психологический, социальный риски; риск неоправданных затрат времени, ресурсов или усилий; экологический, политический, институциональный риски; социально-политические экстремальные риски; макроэкономические риски и т.д.

Могут быть выделены названы следующие институты, формирующие репутацию территории: органы федеральной, региональной и муниципальной власти (законодательные и

исполнительные); политические партии и движения; средства массовой информации; профессиональные объединения и союзы; торгово-промышленные палаты; общественные организации; организации культуры и науки; выставочно-ярмарочные организации; рекламные – и PR-агентства; Интернет-сообщество; региональные производители товаров и услуг и т.д.

Реализация бренда территории за счет использования маркетинговых инструментов и инвестиций в реализацию маркетинговых программ по продвижению территории обеспечивает постоянную конкурентоспособность территории, экономическую и социальную конъюнктуру товаров и услуг произведенных на территории, приток потребителей территории, увеличение инвестиций в территорию.

Таким образом, с одной стороны, базируясь на ресурсах территории, бренд является частью общего потенциала территории. С другой стороны, укрепление бренда территории за счет активного использования маркетингового инструментария и маркетинговой политики по привлечению потребителей может увеличить эффективность использования ресурсов территории или территориального потенциала. Таким образом, бренд возникает в процессе использования маркетинговых ресурсов, что создает дополнительную ценность территории в глазах ее потребителей.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие бренд-менеджмента и модели управления брендом.
2. Бренд-стратегия территории.
3. Позиционирование территории: этапы и стратегии.

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.2. Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.

3. Цели занятия:
  - сформировать представление о методах бизнес-планирования
  - сформировать понимание о процессах проектирования и реализации проектов в туристской деятельности
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

5. Цифровая экономика оказала существенное влияние на мышление потребителей. В настоящее время для потребителя важны не только такие характеристики товара или услуги, как качество, цена и комфорт, но и стремление получить что-то уникальное и особенное, то, что вызывает яркие эмоции, впечатления, приятные ощущения. Традиционные инструменты продвижения больше не вызывают интерес и доверие со стороны потребителей, в связи с чем особую актуальность приобретает цифровая коммуникация. Она предполагает кардинальное переосмысление бизнес-стратегий, моделей, маркетингового подхода, стратегических целей и пр. Цифровые технологии позволяют в минимальные сроки и максимально точно воплотить в жизнь потребности и пожелания клиентов, даже самые необычные. С помощью них у компаний сформировалась более четкая картина их аудитории, они научились быстро реагировать на меняющиеся факторы внешней среды (тренды, тенденции). С помощью цифровых инструментов компании делятся философией своей компании, своими ценностными убеждениями, создав крепкую и прочную связь с потребителями.

Под цифровым маркетингом понимают маркетинг с использованием цифровых технологий. В цифровом маркетинге используются все цифровые каналы взаимодействия с аудиторией, включая Интернет и устройства, предоставляющие к нему доступ (компьютеры, планшеты, смартфоны и т. д.); мобильные устройства; цифровое телевидение; интерактивные экраны; различные устройства, которые могут собирать информацию и передавать ее на другие носители («умные часы», фитнес-браслеты и др.)<sup>1</sup>. В контексте развития территорий цифровой маркетинг следует рассматривать как часть маркетинговой стратегии региона, которая включает в себя новые инновационные информационные элементы и инструменты, а также особые условия реализации маркетинговых направлений, которые можно в общем назвать цифровым пространством. Цифровой маркетинг активно используется и в продвижении туристских территорий. Специалисты, говоря о виртуальной конкуренции городов как мест проживания, туризма или ведения бизнеса, подчеркивают, что новые медиа как совокупность возможности Сети, мультимедийных и цифровых форматов коммуникации нивелируют географические, государственные и социальные границы, активизируя межкультурные связи.

Интернет существенно меняет выбор инструментов продвижения бренда и все большее распространение получает понятие цифрового брендинга как метода управления брендом с использованием цифровых технологий.

Цифровой брендинг — это построение и развитие бренда в цифровом пространстве: в Интернете, а также на любых цифровых носителях вне Сети.

В условиях цифровой экономики брендам необходимо стать открытыми и прозрачными для своих клиентов, прежде всего, потому, что Интернет облегчает доступ к ранее закрытой информации. Теперь вся деятельность компаний находится под пристальным взглядом пользователей социальных медиа. Потребитель должен иметь доступ к полноценной информации о бренде, знать его основные характеристики, преимущества и недостатки. Развитие цифровых технологий значительно облегчает доступ к данной информации, но, кроме того, оно также увеличивает и конкуренцию, поскольку потребители стали более информированными.

Digital-технологии используются и в брендинге территорий. В основе брендинга территорий лежит создание и развитие бренда, демонстрирующего конкурентные преимущества, которые повышают привлекательность региона для инвесторов и различных групп населения. В связи с этим можно сформулировать следующее определение цифрового брендинга туристских территорий. [1]

Цифровой брендинг туристской территории — это целенаправленное формирование ее образа с помощью различных цифровых и интернет-технологий, что заключается в создании комплекса определенных устойчивых представлений (ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик) о территории в сознании целевых аудиторий и управление этим комплексом в режиме онлайн и офлайн с целью повышения узнаваемости бренда территории в электронном информационном пространстве для привлечения инвесторов, туристов, новых жителей и квалифицированных мигрантов, обеспечивающих приток финансовых ресурсов.

Следует подчеркнуть, что территория в данном случае рассматривается в самом широком смысле: как географический и социокультурный ареал, государство и межгосударственное объединение, регион, город, отдельный микрорайон, поселение; национальный и технологический парк; промышленная, сельскохозяйственная и курортная зона; крупный торговый комплекс, университетский кампус и т. д.

Цифровой брендинг направлен на распространение общей, многоцелевой информации для создания определенного имиджа территории, в расчете на появление спонсоров, инвесторов, туристов и т. д. Digital-коммуникации на данный момент являются не просто отдельным инструментом, а все больше интегрируются в комплексные программы управления репутацией бренда. При успешном создании определенного продукта с помощью цифровых технологий, происходит репрезентация территории, растет популярность и увеличивается поток туристов, а также привлекаются инвестиции, которые играют главную роль в обеспечении устойчивого экономического роста данной территории.

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие цифрового брендинга туристской территории.
2. Модели формирования бренда в цифровом пространстве.
3. Виртуальный потенциал туристской территории.

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 4. Бренд города: понятие, структура и условие возникновения бренда

#### **Тема 4.1 Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда**

3. Цели занятия:

- сформировать представление о процессах формирования уникального персонифицированного туристского продукта

-сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Факторы, формирующие бренд города	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Логическая схема брендинга города	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Концепция бренда города: идея бренда города, ценности бренда, дизайн бренда	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Визгалов выделил три активные стадии брендинга дестинации:

- 1) анализ городской идентичности и разработка на ее основе концепции бренда;
- 2) «выращивание» бренда города в городской среде, формирование имиджа бренда в сознании целевых аудиторий;
- 3) конвертация имиджа бренда в имидж города.

Исходя из этого, построение бренда территории должно включать поиск ценностей, характеристик и атрибутов, которые должны ассоциироваться с брендом, определение идентичности бренда, трансформацию идентичности в некое «видимое» предложение для его потребителей в форме услуг и продуктов, и, наконец, ком-муницирование идентичности соответствующим путем.

Архитектура бренда должна отражать все его ключевые ценности, желаемые ассоциации, в том числе его рациональные и эмоциональные преимущества. Уникальный набор «брендовых» ассоциаций, который стремятся создать и поддерживать разработчики бренда, представляет собой идентичность бренда.

Одна из основных задач при разработке бренда — создание серии уникальных ассоциаций, которые актуализируются, когда турист думает о дестинации или сравнивает ее с другими. Ассоциации, положенные в основу бренда, могут отражать:

- тип туристов, отдыхающих;
- стиль жизни туристов;
- типы отдыха;
- природные характеристики;
- местных жителей;
- особый дух дестинации;
- дестинацию как яркий концентрированный пример чего-либо;
- получаемые туристом психологические выгоды;
- получаемые туристом эмоциональные выгоды.

Структура идентичности бренда состоит из стержневой и расширенной идентичности.

Стержневая идентичность включает в себя ассоциации, которые, вероятнее всего, остаются неизменными, когда бренд переносится на новые рынки и категории товаров.

Стержневая идентичность бренда имеет 2—4 позиции. Основные требования к формулировке стержневой идентичности бренда дестинации:

- отражать реальность, представляя сжатую и вызывающую доверие информацию об уникальных характеристиках дестинации;
- охватывать все аспекты дестинации через разработку темы, которая станет основой всех коммуникаций дестинации;
- быть значимой и мотивирующей, избегающей пустых клише и представляющей идею, которая может одновременно вызвать интерес и соответствующие действия;
- выражать ценности, актуальные в течение длительного времени и способные долго вызывать желание приехать.

Опыт и практики

Примеры стержневой идентичности территорий:

Израиль — качественный отдых на пляжах, чей стиль и атмосфера похожи на Средиземноморье, к которым добавлены богатое историческое наследие и экзотика;

Новая Зеландия — прекрасное место отдыха для путешественников и рай для искателей приключений, главным для которых являются захватывающие пейзажи и абсолютная чистота;

Уэльс — предлагает туристам неиспорченные прекрасные пейзажи, физическое и духовное обновление, столь необходимое в нынешнем урбанизированном обществе.

Стамбул неизменно останется городом, удивительно сочетающим в себе культуру древних цивилизаций и религий с современной насыщенной жизнью мегаполиса.

Расширенная идентичность включает в себя элементы, которые обеспечивают структуру и завершенность бренда. Она дополняет картину деталями, которые помогают описать, что есть бренд. В нее могут быть включены важные элементы маркетинговой программы бренда, которые уже стали или должны стать ассоциациями.

Опыт и практики

В случае с брендом Уэльса расширенная идентичность включает в себя наличие развитой туристической инфраструктуры с уникальными замками, заповедными парками и фермерскими хозяйствами, ощущения возвращения в детство и отдыха в родной семье.

Барселона также обладает уникальной и дифференцированной идентичностью, способствующей успешному брендингу города. Фундаментальный аспект успешного брендинга Барселоны — комбинация уникальных и различающихся между собой элементов,

которые являются частью его идентичности. Среди них — история, культура, язык, кухня, местоположение, ландшафт и климат. Барселона обладает отчетливой идентичностью средиземноморского города, доступного и близкого людям и наполненного предпринимательским духом. Более того, дружелюбный и открытый характер его жителей — еще один аспект, который вносит значительный вклад в общую уникальность города и высокое качество жизни в нем.

Каждый из этих элементов имеет значение как движущая сила идентичности бренда, но ни один из них не является столь же важным, как элементы стержневой идентичности.

Бренд туристской дестинации, который имеет большую расширенную идентичность, является более сильным, запоминающимся, интересным. Число представленных элементов идентичности бренда будет зависеть от специфики туристских ресурсов и туристской специализации.

#### Опыт и практики

Яркое свидетельство вышесказанному — опыт города Екатеринбурга, активно ищущего собственную идентичность. На поверхности в коммуникационном пространстве Екатеринбурга — города крупного и по-своему столичного (главный город Свердловской области, «столица Урала» в дискурсе региональных СМИ) — мы увидим несколько самых активно артикулируемых идентичностей.

Первая версия Екатеринбурга — это идентичность индустриального города, формировавшаяся с момента его основания и сегодня проявляющаяся в активной творческой переработке индустриального наследия, отложившегося, прежде всего, в промышленной инфраструктуре, городской архитектуре и топонимике.

Вторая версия идентичности Екатеринбурга как центра международной деловой активности активно продвигается региональной и муниципальной властью и опирается как на интеграцию в мировые коммуникационные потоки через проведение в Екатеринбурге глобальных событий (Саммит ШОС 2009 г.), так и на претензии на привлечение глобальных событий в будущем (участие в конкурсе на проведение в Екатеринбурге ЭКСПО-2020, включение в число городов проведения матчей чемпионата мира по футболу в 2018 г.). В городе активно растет современная бизнес-инфраструктура (Екатеринбург-Сити, небоскреб Высоцкий, крупные торговые центры), несущая в себе символику современного делового центра. В эту же версию органично вписывается тема близости Екатеринбурга к границе Европы и Азии, пусть не уникальная, но значимая в качестве символического выражения сильного архетипа перекрестка путей.

Третья заметная версия идентичности Екатеринбурга развивается по линии Русской православной церкви, встраивающей тему расстрела Царской семьи в дискурс нравственного покаяния. Этот дискурс укрепляется с ростом числа новых храмов и планами по восстановлению храма святой Екатерины.

Четвертая версия идентичности Екатеринбурга, — активно обустраивающаяся в коммуникации тема города Бориса Ельцина. Присвоение имени Б. Н. Ельцина Уральскому федеральному университету, открытие памятника Ельцину и «Ельцин-центра» — это только начало коммуникативного выстраивания идеи связи Екатеринбурга с первым президентом России. И наконец, нельзя обойти стороной версию креативного города, складывающуюся из активности представителей креативного класса (представители сфер рекламы, коммуникационных услуг, художественного творчества, медиа), во множестве иницилирующих в городе разнообразные креативные проекты. В некоторые из этих проектов готовы включаться местные власти (поддержка фестиваля «Стенограффия», например), все в большей степени осознающие значимость мягких форм коммуникации с жителями города.

В целом можно сказать, что разные идентичности Екатеринбурга продвигаются разными стейкхолдерами, самые влиятельные из которых — это местные власти, представители крупного бизнеса, Екатеринбургская митрополия Русской православной церкви. Между тем жители города, имеющие различные политические взгляды, также являются создателями и носителями его идентичности. И иногда одна идентичность

воспринимается как мешающая другой. Так, например, существуют полярные взгляды на восстановление Екатеринбургского собора на его первоначальном месте — современной площади Труда. Для выявления значимых для простых горожан идентификационных городских маркеров нами в декабре 2014 г. — январе 2015 г. было проведено социологическое исследование, в ходе которого было опрошено 315 жителей Екатеринбурга, проживающих в городе более 10 лет, из которых 130 мужчин и 185 женщин разных возрастных групп: 43,8 % опрошенных принадлежат к возрастной группе 16—29 лет, 27,2 % — 30—49 лет, 22,8 % —

50—69 и 5,9 % старше 70 лет. Данное исследование имело задачи, выходящие за пределы тематики данной монографии, но один из вопросов анкеты заключался в просьбе выбрать наиболее значимые для респондента символы Екатеринбурга. При желании респондент мог дописать собственный вариант ответа. Основные ответы распределились следующим образом:

- город убийства царской семьи (31,0 %);
- город Ельцина (15,7 %);
- столица уральского рока (13,8 %);
- столица горнозаводской цивилизации (11,6 %);
- центр международных выставок (7,2);
- город Бажова (6,9 %);
- центр советской индустриализации (6,3 %).

Как видно из распределения ответов, ни один вариант не набрал более 50 % голосов. Среди ответов, дописанных самими респондентами, есть такие ответы как «город олимпийских чемпионов», «город формирования добровольческого танкового корпуса», «город Петра I», «город ущербной архитектуры», «город культуры», но данные варианты носили единичный характер. Можно сделать вывод, что для значительной части жителей Екатеринбурга этот город остается городом убийства царской семьи, видимо, носители данной идентичности сильнее других звучат в коммуникационном пространстве города. Но, несмотря на эту самую распространенную идентичность, процентное распределение различных ответов свидетельствует о том, что идентичность города еще не сформирована. Ни одна из идентичностей, претендующих на известность и значимость, не захватила умы большинства жителей Екатеринбурга. Причем распределение ответов не зависит от пола респондентов. Можно только говорить о зависимости распределения ответов от возраста опрашиваемых. Например, идентичность города Ельцина тем более значима, чем выше возраст респондента.

Взаимодействие с аудиторией:

1. Роль бренда в привлечении инвестиций
2. Брендинг города и «взгляд туриста»
3. Городские «носители картинки»
4. Городское бренд-партнерство

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 4. Бренд города: понятие, структура и условие возникновения бренда

Тема 4.2 ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА БРЕНДА: ВЫРАЩИВАНИЕ БРЕНДА.

#### 3. Цели занятия:

- сформировать представление о процессах формирования уникального персонифицированного туристского продукта

-сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Работа с городским пространством: визуализация бренда;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Работа с городской инфраструктурой: закрепление бренда;	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Культурная жизнь в городе: «оживление» бренда.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Благоприятный имидж (образ) бренда является залогом успешной деятельности любой компании. Носителями имиджа бренда являются:

Результаты позиционирования могут показать, что у предприятия в его рыночной деятельности имеются проблемы. Во-первых, сегмент, который рассматривался в качестве целевого рынка, перестал быть привлекательным из-за своих малых размеров, уменьшения

спроса, высокого уровня конкуренции, низкой прибыли. Во-вторых, качество и характеристики продукта оказались на целевом сегменте не востребованы. В-третьих, из-за чрезмерно высокой цены продукт оказался неконкурентоспособным.

Репозиционирование - повторное позиционирование. К числу «материальных» стратегий репозиционирования относится выпуск нового бренда или изменение существующего бренда. Психологические стратегии репозиционирования - изменение мнения потребителей о бренде предприятия, изменения мнения потребителей о брендах конкурентов, изменение рейтинга отдельных атрибутов, введение новых или ликвидация ранее существующих атрибутов, нахождение новых рыночных сегментов.

Бренд должен быть готовым к слиянию, партнерству. Совокупный брендинг – важная стратегия развития, работающая на будущее. Рекомендуются пять составляющих успешного позиционирования.

1. Ценность. Концентрироваться на воспринимаемых выгодах, ценных для покупателей. Выгоды определены в модели покупателя.

2. Уникальность. Необходимо делать то, чего нет у конкурентов.

3. Достоверность, доверие. Добиваться соответствия между ожиданиями (модель покупателя) и фактическим положением вещей.

4. Устойчивость. Максимизировать период времени, в течение которого можно сохранять позицию.

5. Пригодность. Пытаться использовать сильные стороны существующего портрета бренда.

Принципы и правила построения бренда. Для того чтобы правильно построить бренд, необходимо придерживаться принципов и правил, которые были сформулированы известными американскими специалистами в сфере брендинга Раисами:

1. Закон расширения: сила бренда обратно пропорциональна его охвату. Чем шире представление потребителей о значении марки, тем меньше места она занимает в сознании потребителя и, этот товар меньше покупается.

2. Закон сужения: бренд укрепляется, когда сужается его фокус. Чем четче и ярче представление потребителей о значении бренда, тем дороже бренд, крепче его отношение со своими покупателями.

3. Закон известности: рождение бренда достигается путем публицити, а не рекламы. Бренд рождается, когда способен быть интересным аудитории. Лучший способ для этого — создать не новый товар (услугу), а новую товарную категорию.

4. Закон рекламы: бренд нуждается в рекламе для своего существования.

5. Закон слова: бренд должен закрепить свое слово-символ в сознании потребителей.

6. Закон доверия: решающей составляющей успеха любого бренда является его заявление о подлинности. Для формирования у потребителей определенных ассоциаций от ожидания товара (услуги) необходимо добиться кредита доверия в том, что товарное предложение — "не пустые слова".

7. Закон качества: качество важно, но бренд держится не на одном качестве. Для создания сильного бренда необходимо сформулировать представление о качестве в сознании потребителей.

8. Закон категории: лидирующий бренд должен продвигать не себя, а всю категорию. Развивая товарную категорию (категию услуги), бренд-лидер увеличивает свою рыночную долю.

9. Закон имени: бренд не более чем имя. Самое важное решение о брендинге — это наименование товара или услуги.

10. Закон растяжения: самый простой способ уничтожить бренд — это ставить его на все.

11. Закон товарищества: для построения товарной категории бренд должен привлекать другие бренды. Появление конкурирующего бренда укрепляет позиции бренда-лидера в сознании потребителей, т.к. делает выбор потребителей более осмысленным.

12. Закон обобщения: один из самых быстрых путей к краху — дать бренду общее название. Если название бренда не содержит особенностей, его значение в сознании потребителей теряется.

13. Закон компании: бренд — это бренд; компания — это компания. Название компании и товара (услуги), производимого (оказываемой) этой компанией, могут совпадать, но не всегда, что идет на пользу силе бренда.

14. Закон суббренда: то, что бренд создает, суббренд может разрушить. Создание более массовой и дешевой разновидности товара (суббренда) может разрушить сформировавшееся устойчивое представление о бренде в сознании потребителей.

15. Закон семейства: всегда есть время и место для создания 2-го бренда. Главное в создании нового бренда — наличие у него собственной идентичности и максимальное отличие от существующих марок.

16. Закон формы: логотип бренда должен хорошо восприниматься взглядом.

17. Закон цвета: бренд должен использовать цвет, противоположный цветам его основных конкурентов. Кока-кола «заняла» красный цвет, поэтому основной цвет Пепси-колы синий.

18. Закон границы: для бренда нет границ. При создании бренда нужно учитывать, с какой страной должен ассоциироваться товар (услуга), где бы он ни продавался.

19. Закон постоянства: бренд не построить за ночь. Успех измеряется десятилетиями, а не годами.

20. Закон изменения: бренд может меняться, но не часто и очень осторожно.

21. Закон смерти: никакой бренд не живет вечно.

22. Закон единственности: наиболее важный аспект бренда — это его однозначное восприятие.

Этапы создания бренда.

Этап 1. Целеполагание.

1.1. Анализ миссии компании или организации.

1.2. Определение места бренда в архитектуре брендов компании или организации.

1.3. Определение желаемого состояния бренда (качеств, жизненного цикла, конкурентных преимуществ).

1.4. Формулирование измеряемых параметров бренда (KPI).

Этап 2. Планирование проекта.

2.1. Анализ имеющихся ресурсов (финансовых, человеческих, знаний и т. д.)

2.2. Определение команды заказчиков, участников и исполнителей

2.3. Определение сроков проекта 2.4. Выявление иных условий или ограничивающих факторов

Этап 3. Анализ текущего состояния бренда (только для существующих брендов).

3.1. Осведомленность о бренде у целевой аудитории

3.2. Знание о бренде целевой аудитории

3.3. Отношение к бренду целевой аудитории

3.4. Уровень лояльности к бренду

3.5. Определение соответствия текущего состояния бренда желаемому

Этап 4. Анализ рыночной ситуации 4.1. Анализ конкурентов (ассортимент, целевая аудитория, позиционирование, методы продвижения, ценообразование) 4.2. Анализ предполагаемой целевой аудитории (характеристики, предпочтения). Модели поведения потребителей. 4.3. Рынки сбыта (спрос, доля, динамика).

Этап 5. Формулирование сущности бренда 5.1. Миссия, позиционирование и полезность бренда для целевой аудитории 5.2. Индивидуальность: ценности, ассоциации, черты, конкурентные преимущества 5.3. Атрибуты бренда (имя, логотип/фирменный знак, персонаж или герой, шрифт, упаковка и т. д.)

Этап 6. Стратегия управления брендом 6.1. Разработка правил создания маркетинговых материалов и описание процедур по управлению брендом (бренд-бук). 6.2.

Определение лиц, ответственных за развитие бренда (хранителей бренда). 6.3. Разработка плана действий по продвижению бренда (интегрированные маркетинговые коммуникации). 6.4. Разработка плана и процедур по мониторингу бренда и оценке эффективности

Этап 7. Продвижение бренда — интегрированные маркетинговые коммуникации 7.1. Медиаплан 7.2. Изготовление рекламной продукции 7.3 Размещение рекламной продукции в каналах коммуникаций 7.4 Комплексные программы лояльности

Этап 8. Мониторинг бренда и оценка эффективности действий 8.1. Мониторинг измеряемых параметров (KPI) бренда, определённых на этапе 1 8.2 Сравнение текущего состояния бренда с желаемым 8.3. Коррекция стратегии или тактики

Взаимодействие с аудиторией:

1. Продвижение бренда: прямая и косвенная коммуникация.
2. Региональный бренд и отношения с федеральными властями.
3. Удачный бренд и социальная стабильность в регионе.
4. Бренд как стратегический план развития территории.

**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. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ**

**2. РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ  
ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 1.1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций.

3. Цели занятия: сформировать представление о процессах формирования уникального персонифицированного туристского продукта; сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Определение понятий «бренд» и «бренд территорий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Понятия «бренд» и «образ»: общее и различие.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Структура территориального бренда: соотношение понятий «бренд», «имидж» и «идентичность».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Форма практического задания: реферат

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.

## **1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ**

### **2. РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 1.2. Разработка бренда туристской территории.

3. Цели занятия: сформировать представление о процессах формирования уникального персонализированного туристского продукта; сформировать понимание о мотивации спроса на реализуемые туристские продукты

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Разработка бренда туристской территории.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Классификации брендов территорий. и подходы (модели) к формированию бренда туристских территорий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Цель, задачи и функции брендинга территории	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Форма практического задания: реферат

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.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1**

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

**ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2**

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Тема 2.1. Управление брендом туристской территории.

3. Цели занятия: сформировать представление о методах и технологиях проектирования и реализации проектов в туристской деятельности ; сформировать понимание о современных технологиях сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма

4. Структура практического(семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Безопасность путешествия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Страхование при поездках	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Правила для путешественников	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

#### 5. Форма практического задания: кейс

*Задание 2. Работа с кейсом.*

*Познакомьтесь с полным текстом интервью с директором инициатив по развитию туризма, экологии и климату Агентства стратегических инициатив (АСИ) Ольгой Захаровой «Как меняется турбизнес: современные туристы требуют новых впечатлений» на сайте «Profi.Travel» по адресу, [https ://profi. travel/a rticles/52079/deta Us](https://profi.travel/articles/52079/details).*

По словам О. Захаровой, «Сейчас времена изменились: Интернет сделал легкодоступным то, что раньше было эксклюзивом туроператора. Поэтому важно изменить подход к формированию предлагаемого продукта. Для этого нужно быстро считывать тренды и воплощать их в жизнь, создавая концептуальные маршруты, построенные на смыслах-эмоциях-впечатлениях-людях. В путешествии должен быть элемент погружения с национальными особенностями, локальными традициями, яркими впечатлениями, новыми местами, которые станут цепким “якорем” и привлекут внимание путешественников.

Еще вчера туризм был тесно связан с большими городами, мегаполисами, центрами современной жизни. Сегодня профессионалы отрасли отмечают рост интереса к путешествиям в небольших группах по атмосферным локациям с секретными местами и необычными активностями, всплеск спроса на туры по маленьким городкам и селам с местными традициями, “отформатированным» образом жизни и открытостью людей в них. Все большему количеству людей интересно путешествовать не большими организованными группами, а индивидуально, чтобы стать первооткрывателями и получить неповторимые впечатления и инсайты. В условиях падения спроса на массовый туризм разработка подобных туров становится конкурентным преимуществом».

*Вопросы к кейсу*

1. Как изменились потребности и поведение современных туристов?
2. Какими новыми характеристиками можно дополнить список факторов успешности бренда туристской дестинации в контексте изменившейся реальности по причине пандемии

коронавирусной инфекции?

3. Какие российские территории уже профессионально упаковывают свои идеи, активности и локации в необычные маршруты, чтобы развиваться и выпускать качественные и востребованные турпродукты?

Каким образом территории с успешными туристскими брендами вписываются в современную конъюнктуру на туристском рынке? Приведите примеры из зарубежного и российского опыта.

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 2. ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Тема 2.2. Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций.

3. Цели занятия: сформировать представление о методах и технологиях проектирования и реализации проектов в туристской деятельности; сформировать понимание о современных технологиях сбора, обработки и анализа информации в сфере туризма

#### 4. Структура практического(семинарского) 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. Форма практического задания: кейс

Задание 2. Работа с кейсом.

Познакомьтесь с полным текстом интервью с директором инициатив по развитию туризма, экологии и климату Агентства стратегических инициатив (АСИ) Ольгой Захаровой «Как меняется турбизнес: современные туристы требуют новых впечатлений» на сайте «Profi.Travel» по адресу, <https://profi.travel/articles/52079/details>.

По словам О. Захаровой, «Сейчас времена изменились: Интернет сделал легкодоступным то, что раньше было эксклюзивом туроператора. Поэтому важно изменить подход к формированию предлагаемого продукта. Для этого нужно быстро считывать тренды и воплощать их в жизнь, создавая концептуальные маршруты, построенные на смыслах-эмоциях-впечатлениях-людях. В путешествии должен быть элемент погружения с национальными особенностями, локальными традициями, яркими впечатлениями, новыми местами, которые станут цепким “якорем” и привлекут внимание путешественников.

Еще вчера туризм был тесно связан с большими городами, мегаполисами, центрами современной жизни. Сегодня профессионалы отрасли отмечают рост интереса к путешествиям в небольших группах по атмосферным локациям с секретными местами и необычными активностями, всплеск спроса на туры по маленьким городкам и селам с местными традициями, “отформатированным» образом жизни и открытостью людей в них. Все

большому количеству людей интересно путешествовать не большими организованными группами, а индивидуально, чтобы стать первооткрывателями и получить неповторимые впечатления и инсайты. В условиях падения спроса на массовый туризм разработка подобных туров становится конкурентным преимуществом».

Вопросы к кейсу

4. Как изменились потребности и поведение современных туристов?

5. Какими новыми характеристиками можно дополнить список факторов успешности бренда туристской дестинации в контексте изменившейся реальности по причине пандемии коронавирусной инфекции?

6. Какие российские территории уже профессионально упаковывают свои идеи, активности и локации в необычные маршруты, чтобы развиваться и выпускать качественные и востребованные турпродукты?

Каким образом территории с успешными туристскими брендами вписываются в современную конъюнктуру на туристском рынке? Приведите примеры из зарубежного и российского опыта.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

## ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

### 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

## 2. РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.1. Управление брендом туристской территории..

3. Цели занятия: сформировать представление о методах бизнес-планирования; сформировать понимание о процессах проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

4. Структура практического(семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Заключение договора страхования,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Международные страховые полисы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Роль страхового полиса путешественника.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Форма практического задания: кейс

Задание 1. Работа с кейсом.

Бренд Австралии был создан с четко обозначенной и довольно утилитарной целью привлечения в эту далекую страну американских, азиатских и европейских туристов. Проект «Brand Australia» стартовал в 1995 г. под эгидой Australian Tourist Commission (ATC) — федерального органа, занимающегося продвижением за рубежом австралийского

туристического бизнеса. Программа продвижения Brand Australia началась с создания австралийского логотипа. Как показали опросы, проведенные в стране и за рубежом, наиболее узнаваемым символом Австралии является кенгуру. Силуэт этого типично австралийского животного и стал основной деталью логотипа, в котором также нашлось место золотому солнечному диску и голубым волнам знаменитых австралийских пляжей. Кроме того, АТС определила основные ценности австралийского бренда — уникальную природу страны, бескрайние просторы, свободный дух и оптимизм австралийцев, удовольствие от времяпрепровождения.

В 1995 г. стартовала международная маркетинговая кампания по продвижению Brand Australia, главным героем которой стал киноактер Пол Хоган («Данди по прозвищу “Крокодил”»). Рекламные материалы размещались в печатных изданиях ряда стран (прежде всего в США и Великобритании), кроме того, было проведено несколько кампаний по прямой рассылке туристических брошюр. Стоимость программы составила 50 млн долл, за пять лет. Перед Олимпиадой 2000 г. в Сиднее Brand Australia сопровождался олимпийской символикой, при этом продвигалась идея, что этот город — это еще не вся Австралия и в стране есть еще много мест, которые стоят посетить. Результаты оказались весьма обнадеживающими. В 2000 г. в Австралии побывало рекордное число туристов (4,9 млн), а в декабре того же года (уже после окончания Олимпиады) количество зарубежных гостей на 23 % превысило уровень того же месяца 1999 г., т. е. было установлено высшее достижение.

Позже слоганом новой кампании стала фраза «We can't wait to say G'day» («Мы горим желанием сказать вам: “Привет”»). Новым содержанием Brand Australia должны были стать ночная жизнь Мельбурна и Сиднея, австралийский футбол (отличающийся и от американского, и от европейского), различные природные достопримечательности страны и ее неповторимые ландшафты. В мае 2002 г. был официально запущен инновативный интернет-сайт Australia.com, содержащий более 10 тыс. страниц текста на девяти языках и 2,2 тыс. цифровых фотографий. При этом, согласно утверждениям представителей АТС, была учтена даже национальная специфика посетителей. Так, например, в китайском варианте (в основном рассчитанном на жителей Сингапура) было больше фотографий и меньше текста, на немецких страничках давались подробный текст, карты и схемы, американцам были предложены предельно простые тексты с красочными картинками и цветными картами, наконец, японцы могли видеть фотографии японских туристов на фоне австралийских достопримечательностей.

Однако в Австралии есть люди, которые изначально не приемлют концепции представления страны за рубежом. По мнению австралийских предпринимателей, позиционирование Австралии как туристического рая вредит национальному бизнесу. По словам руководителя одной австралийской компании, нынешний образ Brand Australia соответствует местечку, где ленивые расслабленные люди валяются на пляже или бродят по лесу вместо того чтобы работать. «А между тем, — говорит он, — при населении менее 20 млн Австралия создает 1,5 % глобального ВВП, согласно ряду исследований, по интенсивности труда австралийцы уступают только японцам. По количеству зарегистрированных изобретений на душу населения Австралия занимает первое место в мире. Вот какое содержание нужно вкладывать в Brand Australia вместо кенгуру и пляжей!»

В 2020 г. у Австралии появился новый национальный бренд, который будет представлять страну на международной арене. Вы не найдете там кенгуру — символ континента остался на логотипе Australian Made, который продолжит использоваться для продвижения экспортных товаров. В основе новой айдентики — цветок австралийской мимозы, она же австралийская акация.

Целью создания национального бренда является улучшение имиджа Австралии среди иностранных инвесторов и повышение узнаваемости ее продуктов и возможностей. Совет отмечает, что международное сообщество знает о природных богатствах страны и приветливости ее жителей, однако бизнес, технологии и наука остаются «в тени» красивых ландшафтов и уникальной флоры/фауны.

Укрепление деловой репутации призвано способствовать росту национальной экономики. С помощью национального бренда страна рассчитывает привлечь людей, которые готовы инвестировать, получать образование, работать и путешествовать, а также покупать австралийские продукты. Целевыми рынками Австралия считает Китай, Индию, Индонезию, Японию, Южную Корею, США и Великобританию.

Разработка национального бренда заняла почти полтора года. За это время было проведено масштабное исследование, в ходе которого было опрошено 16 тыс. человек на домашнем и международных рынках. Таким образом эксперты изучили, как страна воспринимается в и за ее пределами. Респонденты отметили такие качества австралийцев, как оптимизм и дружелюбие. Одним из самых популярных нарративов оказался Only in Australia («Только в Австралии»), отражающий уникальность региона. За это международные потребители готовы отдавать предпочтение местным товарам.

В Совете признают, что мимоза менее известна за пределами континента, чем кенгуру. Однако логотип был позитивно воспринят респондентами.

Вопросы к кейсу

1. Как вы оцениваете идею с изменением бренда Австралии? Будет ли он узнаваемым в долгосрочной перспективе у иностранных граждан и что нужно для этого сделать?
2. Какие сложности в управлении брендом территории вы можете выделить?
3. Определите стратегии управления брендом Австралии как туристской дестинации в соответствии с особенностями восприятия разных целевых групп (местные жители, туристы, инвесторы и пр.).

## 1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ

### 2. РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.2. Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.

3. Цели занятия: сформировать представление о методах бизнес-планирования ; сформировать понимание о процессах проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

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

5. Форма практического задания: кейс

*Задание 1. Работа с кейсом.*

Бренд Австралии был создан с четко обозначенной и довольно утилитарной целью

привлечения в эту далекую страну американских, азиатских и европейских туристов. Проект «Brand Australia» стартовал в 1995 г. под эгидой Australian Tourist Commission (ATC) — федерального органа, занимающегося продвижением за рубежом австралийского туристического бизнеса. Программа продвижения Brand Australia началась с создания австралийского логотипа. Как показали опросы, проведенные в стране и за рубежом, наиболее узнаваемым символом Австралии является кенгуру. Силуэт этого типично австралийского животного и стал основной деталью логотипа, в котором также нашлось место золотому солнечному диску и голубым волнам знаменитых австралийских пляжей. Кроме того, ATC определила основные ценности австралийского бренда — уникальную природу страны, бескрайние просторы, свободный дух и оптимизм австралийцев, удовольствие от времяпрепровождения.

В 1995 г. стартовала международная маркетинговая кампания по продвижению Brand Australia, главным героем которой стал киноактер Пол Хоган («Данди по прозвищу “Крокодил”»). Рекламные материалы размещались в печатных изданиях ряда стран (прежде всего в США и Великобритании), кроме того, было проведено несколько кампаний по прямой рассылке туристических брошюр. Стоимость программы составила 50 млн долл, за пять лет. Перед Олимпиадой 2000 г. в Сиднее Brand Australia сопровождался олимпийской символикой, при этом продвигалась идея, что этот город — это еще не вся Австралия и в стране есть еще много мест, которые стоят посетить. Результаты оказались весьма обнадеживающими. В 2000 г. в Австралии побывало рекордное число туристов (4,9 млн), а в декабре того же года (уже после окончания Олимпиады) количество зарубежных гостей на 23 % превысило уровень того же месяца 1999 г., т. е. было установлено высшее достижение.

Позже слоганом новой кампании стала фраза «We can't wait to say G'day» («Мы горим желанием сказать вам: “Привет”»). Новым содержанием Brand Australia должны были стать ночная жизнь Мельбурна и Сиднея, австралийский футбол (отличающийся и от американского, и от европейского), различные природные достопримечательности страны и ее неповторимые ландшафты. В мае 2002 г. был официально запущен инновативный интернет-сайт Australia.com, содержащий более 10 тыс. страниц текста на девяти языках и 2,2 тыс. цифровых фотографий. При этом, согласно утверждениям представителей ATC, была учтена даже национальная специфика посетителей. Так, например, в китайском варианте (в основном рассчитанном на жителей Сингапура) было больше фотографий и меньше текста, на немецких страничках давались подробный текст, карты и схемы, американцам были предложены предельно простые тексты с красочными картинками и цветными картами, наконец, японцы могли видеть фотографии японских туристов на фоне австралийских достопримечательностей.

Однако в Австралии есть люди, которые изначально не приемлют концепции представления страны за рубежом. По мнению австралийских предпринимателей, позиционирование Австралии как туристического рая вредит национальному бизнесу. По словам руководителя одной австралийской компании, нынешний образ Brand Australia соответствует местечку, где ленивые расслабленные люди валяются на пляже или бродят по лесу вместо того чтобы работать. «А между тем, — говорит он, — при населении менее 20 млн Австралия создает 1,5 % глобального ВВП, согласно ряду исследований, по интенсивности труда австралийцы уступают только японцам. По количеству зарегистрированных изобретений на душу населения Австралия занимает первое место в мире. Вот какое содержание нужно вкладывать в Brand Australia вместо кенгуру и пляжей!»

В 2020 г. у Австралии появился новый национальный бренд, который будет представлять страну на международной арене. Вы не найдете там кенгуру — символ континента остался на логотипе Australian Made, который продолжит использоваться для продвижения экспортных товаров. В основе новой айдентики — цветок австралийской мимозы, она же австралийская акация.

Целью создания национального бренда является улучшение имиджа Австралии среди иностранных инвесторов и повышение узнаваемости ее продуктов и возможностей. Совет

отмечает, что международное сообщество знает о природных богатствах страны и приветливости ее жителей, однако бизнес, технологии и наука остаются «в тени» красивых ландшафтов и уникальной флоры/фауны.

Укрепление деловой репутации призвано способствовать росту национальной экономики. С помощью национального бренда страна рассчитывает привлечь людей, которые готовы инвестировать, получать образование, работать и путешествовать, а также покупать австралийские продукты. Целевыми рынками Австралия считает Китай, Индию, Индонезию, Японию, Южную Корею, США и Великобританию.

Разработка национального бренда заняла почти полтора года. За это время было проведено масштабное исследование, в ходе которого было опрошено 16 тыс. человек на домашнем и международных рынках. Таким образом эксперты изучили, как страна воспринимается в и за ее пределами. Респонденты отметили такие качества австралийцев, как оптимизм и дружелюбие. Одним из самых популярных нарративов оказался Only in Australia («Только в Австралии»), отражающий уникальность региона. За это международные потребители готовы отдавать предпочтение местным товарам.

В Совете признают, что мимоза менее известна за пределами континента, чем кенгуру. Однако логотип был позитивно воспринят респондентами.

*Вопросы к кейсу*

4. Как вы оцениваете идею с изменением бренда Австралии? Будет ли он узнаваемым в долгосрочной перспективе у иностранных граждан и что нужно для этого сделать?

5. Какие сложности в управлении брендом территории вы можете выделить?

6. Определите стратегии управления брендом Австралии как туристской дестинации в соответствии с особенностями восприятия разных целевых групп (местные жители, туристы, инвесторы и пр.).

### **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

**форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.**

### **Задания к разделу 4**

#### **1. БРЕНДИНГ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И ДЕСТИНАЦИЙ**

#### **2. РАЗДЕЛ 4. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ**

Тема 4.1 ТЕХНОЛОГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ГОРОДА: ПОИСК ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ БРЕНДА.

Тема 4.2 ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА БРЕНДА: ВЫРАЩИВАНИЕ БРЕНДА.

3. Цели занятия: сформировать представление о методах бизнес-планирования ; сформировать понимание о процессах проектирования и реализации проектов в туристской деятельности

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

## **5. Форма практического задания: кейс**

### **Форма практического задания: кейс**

#### *Задание 2. Работа с кейсом.*

В Казани были запущены два мобильных приложения-гида про городские достопримечательности. Первое мобильное приложение «Аудиогид Казанский Кремль» работает как аудиогид по казанскому Кремлю. Постоянного подключения к Интернету оно не требует, достаточно воспользоваться сетью, чтобы его скачать. Аудиогид работает в формате экскурсии. По мере приближения к какому-нибудь историческому объекту приложение автоматически проиграет аудиозапись, а фотография поможет идентифицировать данное место. В случае необходимости пользователь может самостоятельно прослушать любую аудиозапись несколько раз. Кроме того, у пользователей есть возможность создавать туристические маршруты для самостоятельных прогулок по любым достопримечательностям Казани и Республики Татарстан. Приложение работает в режиме офлайн с GPS картой.

Второй «Мобильный гид» знакомит пользователя с культурными и историческими объектами по всему городу. Проект запущен одним из российских операторов сотовой связи при поддержке Исполнительного комитета Казани и Комитета по развитию туризма. Информация в приложении доступна в текстовом варианте, есть фото и аудиоролики на пяти языках. Программа сама определяет, с каким именно объектом находится пользователь и автоматически отображает информацию. Эта функция работает без применения технологий спутниковой навигации и не требует включения GPS на телефоне. На данный момент в приложении реализован аудиогид по объектам Старо-Татарской слободы, Свияжска, Булгура. В будущем планируется наполнение системы по всем объектам Татарстана. Вблизи свыше 20 популярных достопримечательностей в центре Казани установлены специальные попитры с QR-кодами, считав которые можно прослушать аудиоэкскурсию о памятных местах, знаковых событиях и людях, оставивших след в истории города. Для этого необходимо установить на смартфон или планшет любую программу для распознавания QR-кода.

#### *Вопросы к кейсу*

1. Проанализируйте рынок мобильных приложений для продвижения туристских территорий.
2. Опишите основной функционал туристических мобильных приложений.
3. Какие преимущества использования мобильных приложений в туризме вы можете выделить?
4. На что следует обращать внимание при разработке мобильных приложений для путешествий?
5. Каким образом мобильные технологии могут влиять на восприятия бренда территории?

## **РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4**

### **форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.**

## РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ БРЕНДИНГА И БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИЙ.

### Тема 1.1. Теоретические аспекты брендинга туристских дестинаций.



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=2a0000017a17260eefa70d3af84683f2f57d-3751999-images-thumbs&n=13>

## Учебный материал

Туристская дестинация: типология, этапы эволюции и оценка привлекательности



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ecb0a623ab3bbebe86b8a409594dba5a-4666194-images-thumbs&n=13>

## Тема 1.2. Разработка бренда туристской территории.



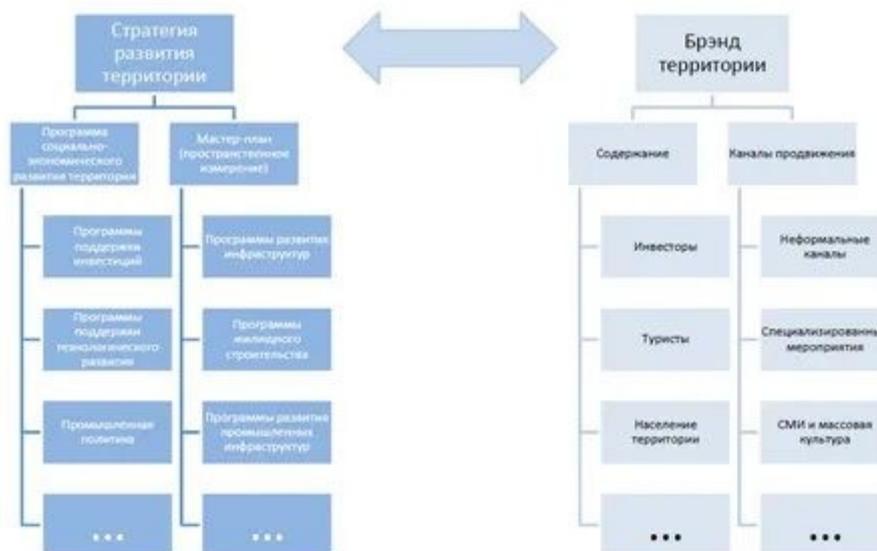
Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=06aca630e63cf94cb9129a68dea87a7f654a09c3-8497356-images-thumbs&n=13>

## РАЗДЕЛ 2 ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИЙ..

### Тема 2.1 Управление брендом туристской территории..



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=0eb9c13cf063d4747a8fddd9235e2fff1cc3363e-4589723-images-thumbs&n=13>



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=ac1fdcf13dfa4bfb8a2bc58c891df9b865fbf19a-8529854-images-thumbs&n=13>

Тема 2.2 Продвижение брендов туристских дестинаций и построение бренд-коммуникаций..



Источник: <https://avatars.mds.yandex.net/i?id=76c33c6d4c0b52504bbfb162adbbb0558478d660-8306751-images-thumbs&n=13>

### РАЗДЕЛ 3. ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ К БРЕНДИНГУ ТЕРРИТОРИЙ

Тема 3.1 Управление брендом туристской территории..



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=f03309362dee43946635eb2630a20255-4146308-images-thumbs&n=13>

Тема 3.2 Брендинг туристских территорий в цифровом пространстве.



<https://avatars.mds.yandex.net/i?id=538336c1298b0670b4da47152234ff95232e04bc-4233516-images-thumbs&n=13>

## РАЗДЕЛ 4 БРЕНД ГОРОДА: ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ БРЕНДА ГОРОДА

Тема 4.1 Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда

Бренды городов можно разделить на несколько видов:

**1. Абстрактные бренды.**

Достаточно распространенная категория. Обычно это бренды базирующиеся на первой букве города, либо просто написанном определенным шрифтом названии города.



**2. Бренды использующие название города для игры слов, либо просто бренд-утверждение.**



Источник: <https://ppt-online.org/109259>

**Тема 4.2 Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда**



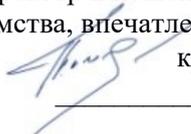
Источник: <https://ppt-online.org/268976>

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			



**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  
29 февраля 2024 г.

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

**Направление подготовки**  
*43.03.02 «Туризм»*

**Направленность**  
*«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

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

**Москва 2024**

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Технологии организации и проведения туристских маршрутов» 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 № 7 от «27» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

В.Ш. Хетагурова

## 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.....	17
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).....	34
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	34
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	40
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	40
.....	47
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	48

# 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
<b>РАЗДЕЛ 1. Организационно-правовые основы, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов</b>	
<b>Тема 1.1. Организационно-правовые основы туризма</b>	<b>Основные понятия и категории туризма. Характеристика основных видов туризма. Функции туризма. Факторы и условия развития туризма.</b>
<b>Тема 1.2. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов</b>	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.
<b>РАЗДЕЛ 2. Организация и предоставление услуг по сопровождению туристов</b>	
<b>Тема 2.1. Предоставление услуг по сопровождению туристов</b>	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.
<b>Тема 2.2. Технология отправки</b>	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.
<b>Раздел 3. Организация страховой деятельности в туризме</b>	
<b>Тема 3.1 Государственное регулирование страховой деятельности в России</b>	Краткая история развития страхования в России. Развитие страхования в современной России. Государственное регулирование. Классификации видов страхования. Договор страхования. Рынок страховых услуг. Государственное регулирование и надзор за страховой деятельностью. Страхование как система перераспределительных отношений по возмещению ущерба. Классификация в страховании. Виды и формы страхования.
<b>Тема 3.2 Особенности страхования туристов</b>	Особенности страхования туристов и туристских организаций. Основные виды страхования в туризме: Четыре страховых программы. Государственное регулирование и надзор за страховой деятельностью. Государственные гарантии в области охраны здоровья граждан в России. Социальная защита туристов и работников организаций.

### ***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 (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. 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?
9. Какие профессиональные требования предъявляют к кандидату на должность «руководитель» туристской группы?
10. Какими личными качествами должен обладать руководитель туристской группы?

### **Тема 2.2. Технология отправки туристской группы на маршрут**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Какую информацию должен поучить турист перед заключением договора о реализации туристского продукта?
2. Какие обязанности должен соблюдать турист во время совершения путешествия?
3. Аргументируйте, почему имеет смысл выявлять типы туристов.
4. Раскройте критерии классификации клиентов туристской организации.
5. От чего зависит мотивация выбора вида отдыха туристом?
6. На какие моменты должен обратить менеджер туристской организации при инструктаже туристов?
7. Какие элементы включает памятка туристу?

## **РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ**

### **Тема 3.1. Государственное регулирование страховой деятельности в России**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

1. Тарифная ставка. Страховой платеж. Страховой риск. Страховая ответственность
2. Страхование финансовых рисков туристов
3. Страхование ответственности работодателей
4. Страхование ответственности директоров и менеджеров (туркомпаний).
5. Особенности страховых правоотношений и осуществления выплат.

### **Тема 3.2. Особенности страхования туристов**

#### **Вопросы для самоподготовки:**

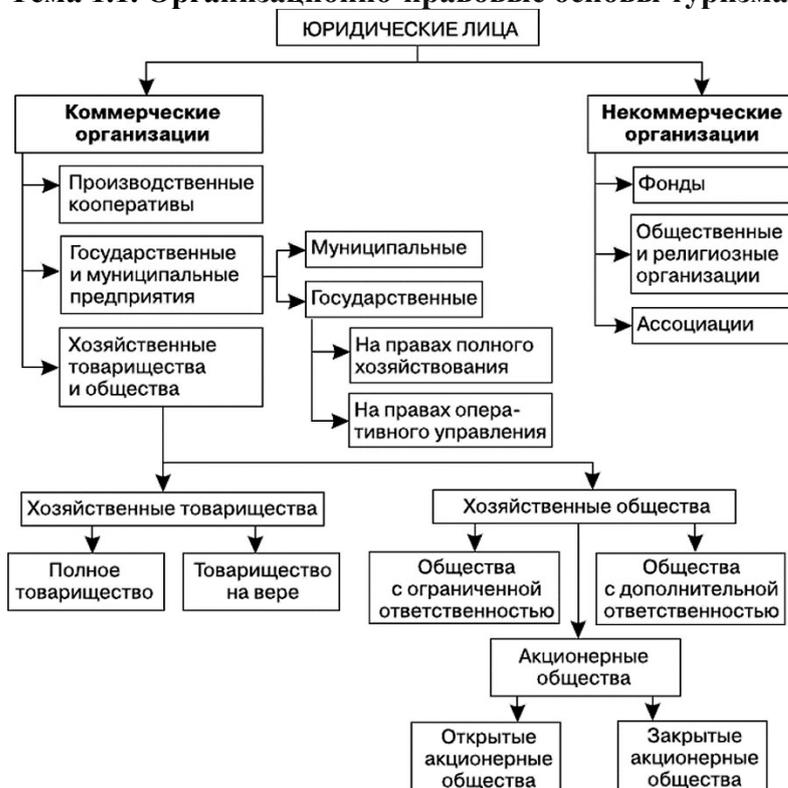
1. Страхование в различных видах туризма

2. Особенности законодательного регулирования в области обязательного и социального страхования.
3. Существенные условия договора страхования. Виды страховых полисов.
4. Инфраструктура страхового рынка. Аварийные комиссары
5. Страховые продукты для индивидуальных и корпоративных клиентов.
6. Обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Обязательное пенсионное страхование.
7. Страховое возмещение при временной утрате трудоспособности.
8. Страховое возмещение при постоянной потере трудоспособности.
9. Особенности законодательного регулирования медицинского страхования в РФ

### 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)<sup>1</sup>

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

### Тема 1.1. Организационно-правовые основы туризма



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



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

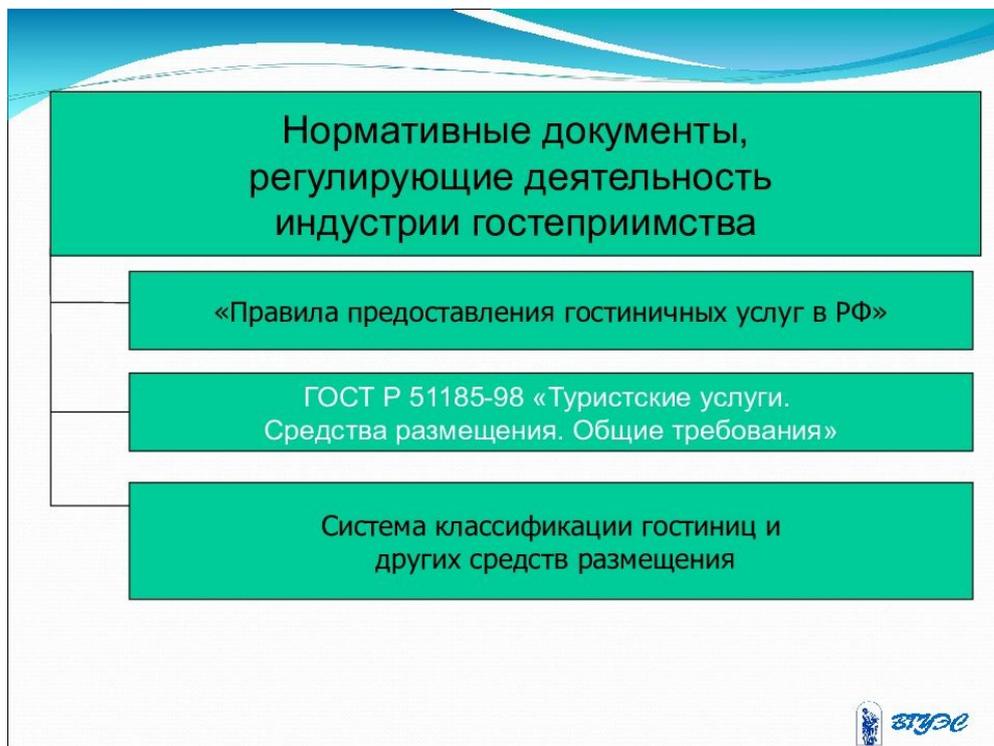


Источник: [https://studref.com/377816/turizm/pravovye\\_osnovy\\_turistskoy\\_deyatelnosti](https://studref.com/377816/turizm/pravovye_osnovy_turistskoy_deyatelnosti)



**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/>





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 оказывать 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

### РАЗДЕЛ 3. Организация страховой деятельности в туризме

#### Тема 3.1. Государственное регулирование страховой деятельности в России





## 2.4. Правовые аспекты договора страхования

Требования к содержанию и форме договора страхования установлены главой 48 «Страхование» ГК.



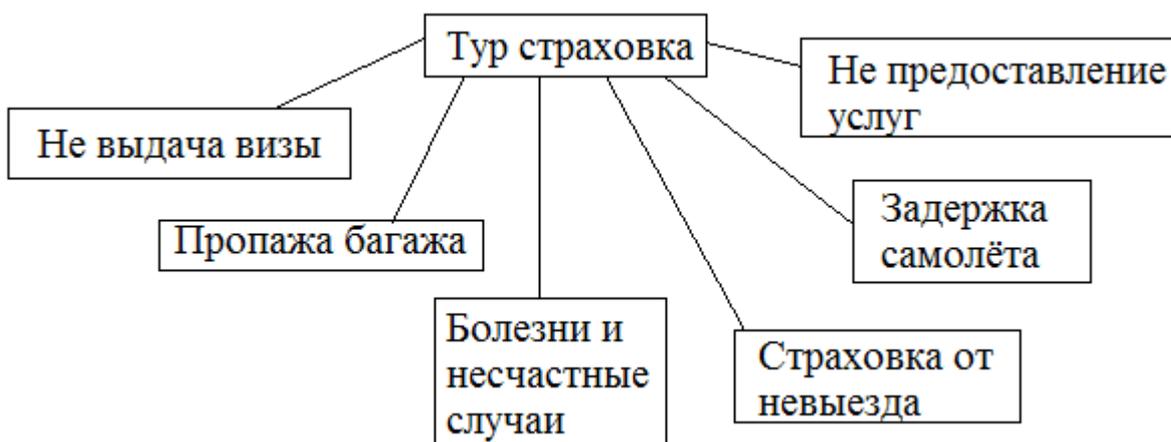
Страховщик вправе применять разработанные им или объединением страховщиков стандартные формы договора (страхового полиса) по отдельным видам страхования.

## Тема 3.2. Особенности страхования туристов

### Требования к туристским организациям (туроператорам) по обеспечению безопасности туристов

При формировании и реализации туристского продукта туроператоры обязаны:

- - провести анализ возможных рисков для туристов;
- - предусмотреть меры для снижения возможных рисков до приемлемого уровня;
- - создать необходимые условия для обеспечения личной безопасности туристов (экскурсантов), сохранности их имущества, беспрепятственного получения неотложной медицинской и правовой помощи;
- - своевременно предоставлять туристам и экскурсантам необходимую, достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора и безопасность на туристском маршруте;
- - обеспечивать услуги инструкторов-проводников, если организуемые путешествия (экскурсии) связаны с прохождением туристами (экскурсантами) маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни, здоровья в горной и труднопроходимой местности (спелеологические, водные и др. объекты);
- - незамедлительно информировать федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма, органы местного самоуправления, специализированные службы МЧС, спасательные службы и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях на маршрутах или во время проведения экскурсий на территории Российской Федерации и за ее пределами;



**Особенности обеспечения безопасности туристов при осуществлении туристских путешествий в выездном туризме**

Туроператоры, работающие в сфере выездного туризма, при формировании и реализации турпродуктов дополнительно должны:

- - обеспечить четкое взаимодействие с консульскими учреждениями страны выезда туристов в чрезвычайных ситуациях\*;

\* На территории Российской Федерации

- предусматривать при заключении договоров с принимающей стороной ответственность за обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества российских туристов и возмещение причиненного ущерба, а также предоставление медицинской и правовой помощи;
- оформить необходимые страховые документы со страховым покрытием, обеспечивающим оказание туристам необходимой медицинской помощи.

17

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

Освоение обучающимся 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 на сколько 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 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 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. 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 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 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.

**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	<b>Организационно-правовые основы туризма</b>	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	<b>Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие предоставление услуг по сопровождению туристов</b>	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.

**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/](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/](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."

### **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 туристов 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	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.

### 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

## 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.

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.

### **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.

## **РАЗДЕЛ 3 ОРГАНИЗАЦИЯ СТРАХОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ**

**Тема лекционного занятия. Тема 3.1. Государственное регулирование страховой деятельности в России**

**Цели занятия.** сформировать представление о государственном регулировании страховой деятельности в России

### 4. Структура лекционного занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
---	---------------------	----------------------------

п/п		
1	Краткая история развития страхования в России. Развитие страхования в современной России.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Государственное регулирование. Классификации видов страхования. Договор страхования. Рынок страховых услуг. Государственное регулирование и надзор за страховой деятельностью.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Страхование как система перераспределительных отношений по возмещению ущерба. Классификация в страховании. Виды и формы страхования.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного 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)

1. Тема лекционного занятия.

Текст лекции.

Как экономическая категория страхование представляет систему экономических отношений, включающую совокупность форм и методов формирования целевых фондов денежных средств и их использование на возмещение ущерба при различных рисках, а также на оказание помощи гражданам при наступлении определенных событий в их жизни. Оно выступает, с одной стороны, средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой – видом деятельности, приносящим доход. Источниками прибыли страховой организации служат доходы от страховой деятельности, от инвестиций временно свободных средств в объекты производственной и непроизводственной сфер деятельности, акции предприятий, банковские депозиты и т. д.

Экономическая сущность страхования может быть показана через важнейшие понятия – экономические категории, отражающие в абстрактном виде некие совокупности однородных специфических экономических отношений.

Выделяются три такие категории, представляющие интерес в теории и практике страхования:

- 1) экономическая категория страховой защиты общественного производства;
- 2) экономическая категория страховой защиты собственности и доходов населения;
- 3) экономическая категория страхования.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Страховые пулы, их правовое положение.
2. Общества взаимного страхования (ОВС).
3. Понятие форм страхования.

### **Тема лекционного занятия. Тема 3.2. Особенности страхования туристов**

Цели занятия. сформировать представление об особенностях страхования туристов и туристских организаций: страховые программы, виды, способы, особенности.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности страхования туристов и туристских организаций. Основные виды страхования в туризме: Четыре страховых программы.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Основные виды страхования в туризме: Четыре страховых программы. Государственное регулирование и надзор за страховой деятельностью.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Государственные гарантии в области охраны здоровья граждан в России. Социальная защита туристов и работников организаций.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

##### 5. Содержание лекционного 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)

###### 1. Тема лекционного занятия.

###### Текст лекции.

Происходящие социально-экономические изменения в нашей жизни все в большей степени затрагивают имущественные интересы всего населения. Предметом страховой политики становятся соотношения долгосрочных (накопительных или сберегательных) и краткосрочных рисков, уровень банковского процента, инфляционные тенденции и др.

В условиях рыночных отношений существенно увеличивается число страховых услуг. Приоритет отдается добровольным видам страхования, хотя в определенных сферах жизнедеятельности сохраняется обязательное страхование (военнослужащих, работников МВД, пожарных, шахтеров и других профессий, связанных с повышенным риском), а также вводятся новые его виды (медицинское, профессий: врачей, адвокатов, юристов и др.).

В экономике рыночного типа страхование выступает, с одной стороны, средством защиты бизнеса и благосостояния людей, а с другой – коммерческой деятельностью, приносящей прибыль за счет вложения временно свободных денег в перспективные объекты материального производства, выгодные проекты (освоение космоса, строительство скоростных железных дорог, тоннелей, соединяющих соседние страны, и др.), на банковские депозиты, закупки акций предприятий, государственных краткосрочных облигаций (ГКО) и др.

В этих условиях страхование служит важным фактором стимулирования хозяйственной и предпринимательской активности, новых сфер приложения капитала; дает сильные психологические мотивации экономической деятельности; способствует стремлению получить выгоду, желанию рискнуть, проверить себя.

Примеры, иллюстрации, демонстрация, видео и т. д.

Взаимодействие с аудиторией (указания, вопросы, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.). Взаимодействие с аудиторией (вопросы, вкрапленные задания, активное резюмирование, проблемные ситуации, эвристическая беседа и т. д.)

1. Сострахование.
2. Перестрахование.

**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 ПРОВЕДЕНИЯ  
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 общетраслевые 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
1	Основные понятия и категории туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Характеристика основных видов туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	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**

**Тема практического занятия: Классификация  
типу ценностных ориентаций**

и ранжирование деловых культур по

**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 ПРОВЕДЕНИЯ 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 туристстов 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 3

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

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

2. Раздел/Тема практического занятия. Тема 3.1. Государственное регулирование страховой деятельности в России

3. Цели занятия: сформировать теоретические основы Государственного регулирования страховой деятельности в России

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита эссе, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить	практические: письменный и

	выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Контрольные работы, Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

**Вопросы к обсуждению:**

1. Каковы цели и задачи организации страхового дела в России?
2. Какие законы регламентируют страховую деятельность в России?
3. Назовите принципы государственного надзора за страховой деятельностью компаний.
4. Что включает в себя процедура лицензирования страховой деятельности?
5. Перечислите и охарактеризуйте формы контроля за соблюдением страхового законодательства.
6. Как происходит обеспечение финансовой устойчивости и платежеспособности страховщиков?
7. Каковы функции Федеральной службы России по надзору за страховой деятельностью?
8. Каким образом осуществляется контроль за деятельностью страховщиков?
1. Что собой представляет договор страхования в туризме?
2. Каковы условия добровольного медицинского страхования лиц, выезжающих за рубеж?
3. Назовите страховые риски в туризме согласно договору страхования.
4. Какие меры используются по обеспечению безопасности туристов во время отдыха в России и за рубежом?
5. Охарактеризуйте участников договора страхования: страховщик, страхователь, выгодоприобретатель, застрахованное лицо.
6. Что такое страховое возмещение, страховой риск, страховая премия, страховой случай, страховой взнос, страховой тариф, страховой интерес, страховая сумма, страховой полис, суброгация?
7. Каковы основные схемы страхования в туризме? Дайте их характеристику.
8. Назовите и опишите три системы страхового обеспечения в России.
9. Что такое франшиза? Каковы виды франшиз?
10. Зачем нужна франшиза страхователю и страховой компании?

**Практические задания**

1. Охарактеризуйте организационные формы страховых фондов. Их преимущества и недостатки.
2. Проведите сравнительный анализ коммерческого и социального страхования, государственного и негосударственного страхования.
3. Назовите цель и задачи страхования на макро– и микроуровне.
4. В чем, на ваш взгляд, заключаются основные отличия российского страхового рынка от страховых рынков зарубежных стран с позиции правового регулирования? Приведите примеры.
5. Сравните различные типы организации страхового дела, разрешенные Федеральным законом, и определите, какие из них наиболее актуальны в России на сегодняшний день.
6. Опишите порядок лицензирования страховой деятельности.

7. Какие возможности и гарантии дает российское законодательство иностранным инвесторам? Поясните на примерах.

8. Сравните процедуру лицензирования в России и за рубежом.

Требования к выполнению практического задания:

Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

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

2. Раздел/Тема практического занятия. Тема 3.2. Особенности страхования туристов

Цели занятия. сформировать представление об особенностях страхования туристов и туристских организаций: страховые программы, виды, способы, особенности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дискуссия, обсуждение, ответы на устные вопросы, обсуждение	словесные: рассказ, беседа, объяснения, сообщения, доклад,
2	Защита эссе, доклады, презентации, вопросы задавать	наглядные: иллюстрация, демонстрация, презентации;
3	Практические задания, подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;
3	Контрольные работы, Выполнение тестов, обосновывать свой ответ.	практические: письменный и устный опрос, свободный опрос, стандартный опрос тестирование;

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)

1. Тема практического (семинарского) занятия.

**Вопросы к обсуждению:**

1. В чем состоит особенность страхования туристов?
2. Назовите особенности страхования туристских организаций.
3. Каковы особенности актуарных расчетов при страховании туристов?
4. Каким образом строится взаимодействие отечественных страховых компаний с сервисными зарубежными страховыми компаниями?
5. Что собой представляет договор страхования в туризме?
6. Какие реквизиты включены в страховой полис туриста?
7. Что можно отнести к существенным нарушениям туроператором договора о реализации туристического продукта?
8. Для чего оформляется страховка от невыезда? Какие затраты она покрывает?
9. В каких случаях страховка от невыезда не оформляется?
10. Что в себя включает страхование рисков туристических организаций?
11. Какие финансовые риски несет туристская фирма?
12. Какие пункты входят в договор страхования ответственности туроператора?

**Практические задания**

1. Страхование как система перераспределительных отношений по возмещению ущерба.
2. Классификация в страховании. Виды и формы страхования
3. Оценка рисков при страховании от несчастных случаев и болезней.
4. Медицинское страхование спортсменов.

5. Страхование транспортных средств.
6. Страхование движимого и недвижимого имущества, принадлежащего спортсменам.
7. Страхование спортивных комплексов и спортивного оборудования.
8. Добровольное и обязательное страхование
9. Страхование ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору
10. Страхование гражданской ответственности организаторов зрелищных, спортивных, спортивно-оздоровительных, культурных и общественных мероприятий

Требования к выполнению практического задания:

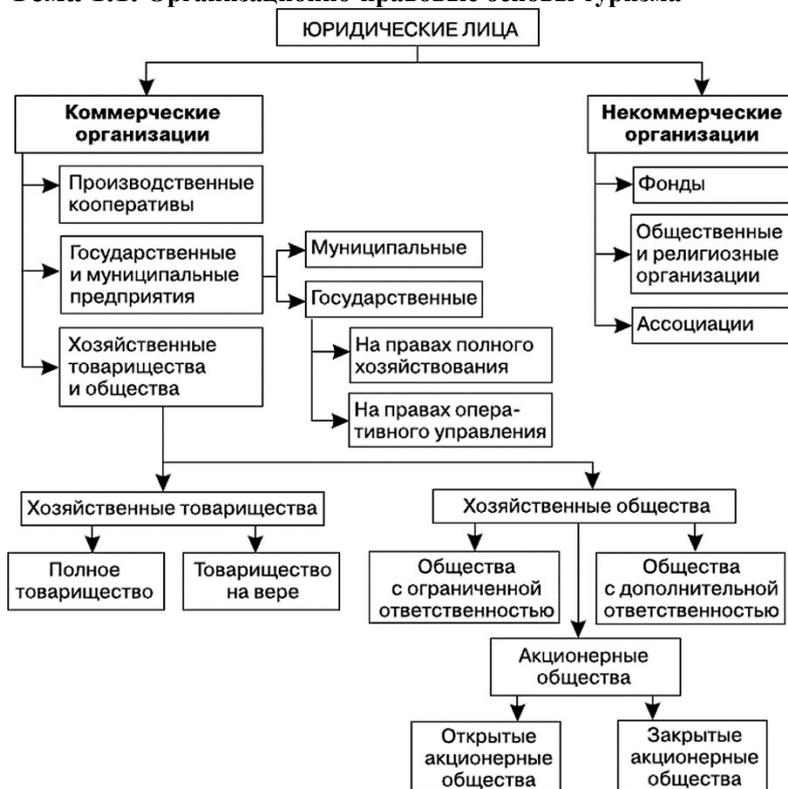
Подготовить выступление, выявить противоречия, проблемы, сформулировать свою точку зрения

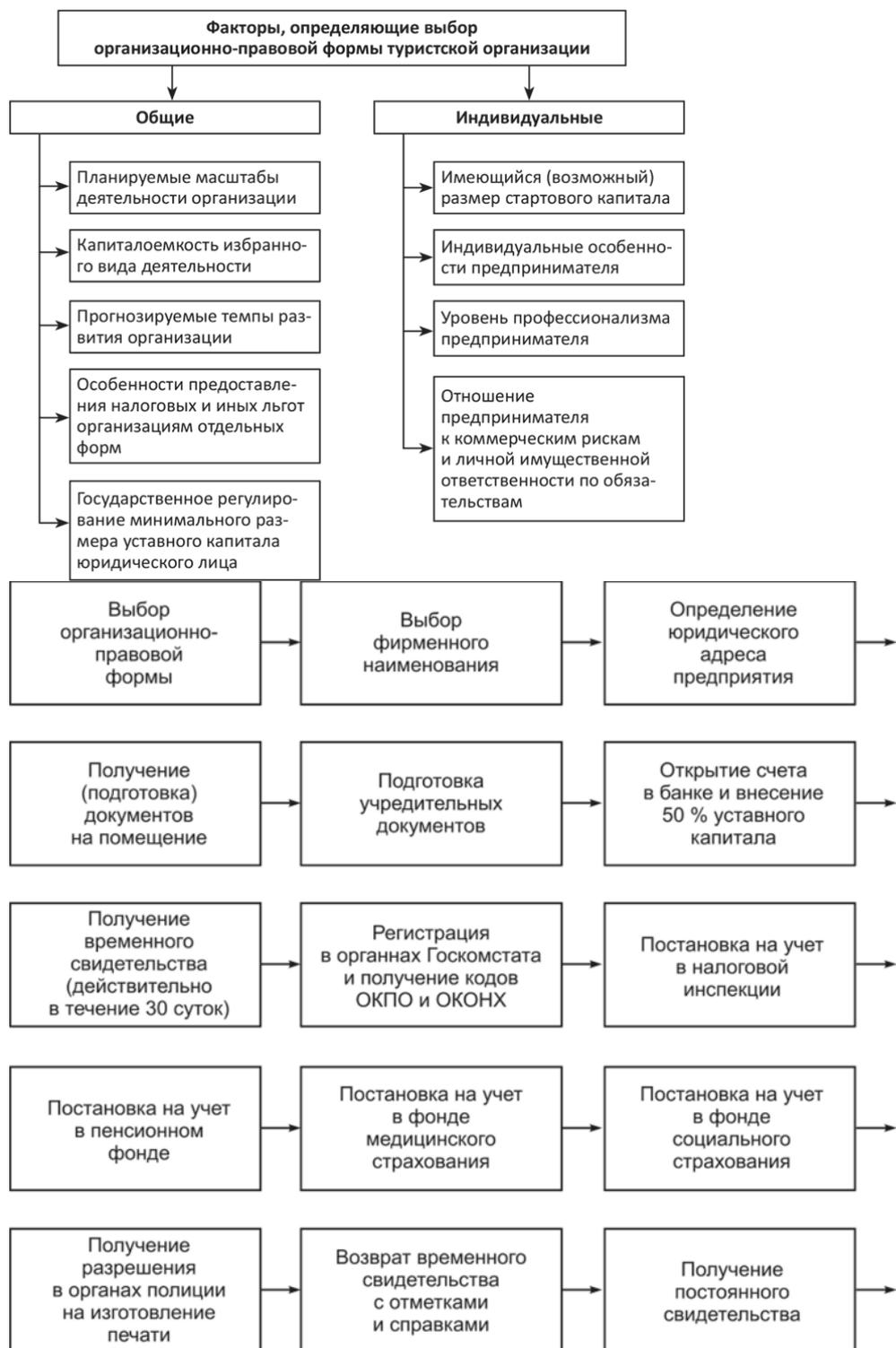
**Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)**

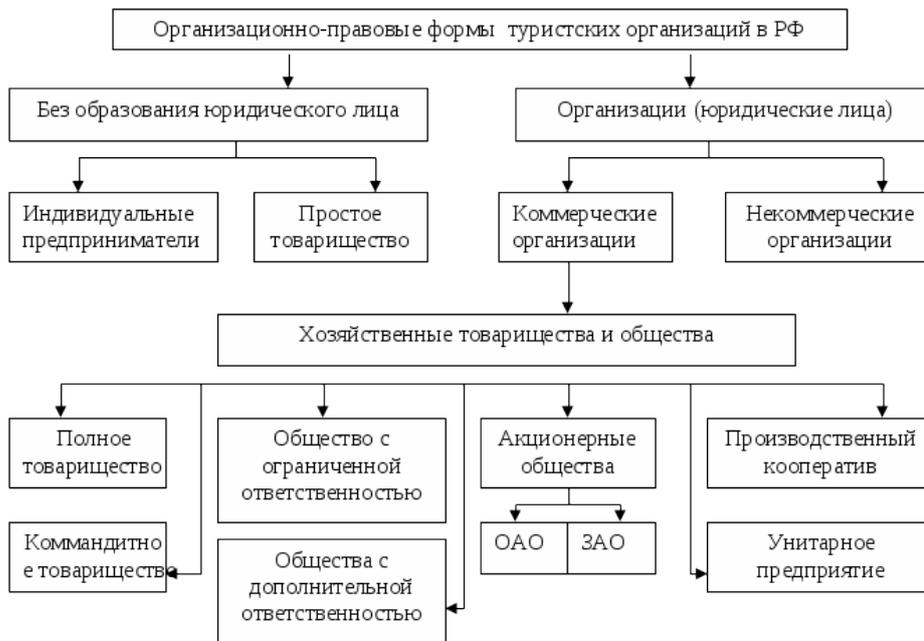
**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**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





**РАЗДЕЛ 2. Раздел 2 Организация страховой деятельности туризме**  
 Тема 2.1. Государственное регулирование страховой деятельности в России



## 2.4. Правовые аспекты договора страхования

Требования к содержанию и форме договора страхования установлены главой 48 «Страхование» ГК.

**Договор может быть заключен путем**



Страховщик вправе применять разработанные им или объединением страховщиков стандартные формы договора (страхового полиса) по отдельным видам страхования.

Тема 2.2. Особенности страхования туристов



## Что входит в страховку?

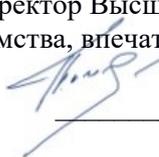


## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			



**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  
29 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)  
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ**

**Направление подготовки  
43.03.02 «Туризм»**

**Направленность  
«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

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

**Москва 2024**

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Экологический туризм» 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 № 7 от «27» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

В.Ш. Хетагурова

## 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).....	9
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	15
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	28
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	38
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	38
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	94
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	94
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	112
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	112
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	126

# 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
<b>РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА</b>	
<b>Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат</b>	Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат. Предпосылки появления экологического туризма. История развития экологического туризма в России и за рубежом. Виды экологического туризма.
<b>Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма</b>	Объектно-элементное разнообразие экологического туризма. Связь экологического туризма с системой знаний об окружающей природной среде и обществе. Природные ресурсы. Положительные примеры влияния туризма на экологию. Жизнедеятельность человека и экотуризм. Связь целей экотуризма и охраны природы
<b>РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА</b>	
<b>Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме</b>	Основные цели и этапы экологического аудита в туризме. Виды экологических сертификатов в туризме. Принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита. Экологические критерии сертификации туристских сооружений, транспорта, маршрутов, рекреационных местностей. Противоречия двух основных проблем менеджмента в экотуризме. Пути к компромиссу. Характеристики генеральных задач

	экоменеджмента в туризме. Ключевые компоненты менеджмента в экотуризме. Эколого-туристские кодексы и основные их типы.
<b>Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме</b>	Организационно-управленческие решения в экологическом туризме. Руководитель и менеджер турпредприятия, ориентированного на экологический туризм. Типология менеджера экологического туризма. Профессиограмма менеджера экологического туризма. Экотуристы: человек и группа. Факторы влияния на выбор решения покупки услуги экологического туризма. Ступенчатая модель развития экогруппы. Методы, используемые в работе руководителя экогруппы и их влияние на результат. «Фотография» экотура. Ключевые инструменты эколого-туристского управления; соблюдение природоохранного законодательства; ГОСТ Р ИСО 14000; экологическая политика. Стандарты экологического менеджмента.
<b>РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ</b>	
<b>Тема 3.1 Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика</b>	Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика. Допустимая рекреационная нагрузка на ландшафт, методы и проблемы ее определения. Методика построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса. Формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование. Продукт и продукторизация. Модель экологической услуги. Экологический тур. Основные виды экологических маршрутов. Основные этапы формирования эколого-туристского продукта. Наиболее и наименее ресурсоемкие формы туризма.
<b>Тема 3.2 Экологические тропы и принципы их формирования</b>	Экологическая тропа как вид туристской услуги. Экологические тропы и принципы их формирования. Основные функции экологических троп. Обустройство экологической тропы. Картосхема экологической тропы. Обязанности членов экогруппы на экологической тропе. Документационное обеспечение экологического путешествия. Информационное сопровождение экологической тропы. Правила поведения на экологической тропе. Безопасность в экологическом туризме. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов. Современные технологии организации экологического туризма. Современные требования к территории экологического туризма. Содержание и специфика территориального планирования в целях осуществления эколого-туристских программ. Показатели экологической благоприятности и неблагоприятности той или иной местности. Транспортные средства в туризме и их экологичность. Критерии оценки экологичности транспорта. Нестандартные типы и виды размещения в экологическом туризме. Малые семейные гостиницы. Технологии обслуживания гостей в СГ.

	Основные позиции стратегического менеджмента гостеприимства в сравнительном аспекте гостиниц и «малых пристанищ». Организация питания в СГ.
<b>РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА</b>	
<b>Тема 4.1 Потребности биосоциума в экотуризме</b>	Развитие экологического туризма — потребность человека-городского социума. Биоклимат как элемент природного ресурса экологического туризма. Ранжирование биоклимата. Климатический фактор — важнейший ранговый уровень биоклимата. Подготовка к экопутешествию. Подготовка к спортивной охоте. Социопсихофизиологическая трансформация как основной фактор восстановления человека-городского социума в природной среде.
<b>Тема 4.2 Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.</b>	Предмет и основные задачи экологии человека. Прямая и косвенная экономическая выгода развития экотуризма для местного населения. Предмет и основные задачи экологии человека. Положение и роль человека в биосфере в прошлом и в настоящем. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.
<b>РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА</b>	
<b>Тема 5.1 Устойчивое развитие и устойчивый туризм</b>	Причины возникновения глобальных экологических проблем человечества. Краткая характеристика основных из них. Формирование экологической культуры и три ее основных компонента. Вклад туризма в формирование экологической культуры. Устойчивое развитие и устойчивый туризм. Концепция «устойчивого туризма». Социальное и экологическое воздействие мирового туризма на окружающую среду. Две основные противоположные тенденции в туризме, обусловленные его глобализацией.
<b>Тема 5.2 Основные направления деятельности государственных природных заповедников</b>	Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях». Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». Основные направления деятельности государственных природных заповедников. Взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью. Инициативный проект Национального парка — концепт и концептуализация. Экотуристский кластер.
<b>РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ</b>	
<b>Тема 6.1 Организация мирового эколого-туристского сообщества</b>	Организация мирового эколого-туристского сообщества. Названия и характеристика основных структур. Экологический туризм в Европе. Агроуризм в Италии. Национальные парки Финляндии. Особенности развития экотуризма на Кипре. Экотуры в США и Канаде. Национальные парки Центральной и Южной Америки. Экологический туризм в Китае и странах Юго-Западной Азии. Африка — лидер экологического туризма. ООПТ и природоохранная политика Австралии. Различия

	австралийской и западноевропейской модели экотуризма. Каковы их базовые принципы? География современного экотуризма. Доля экотуризма в мировом туризме (а также в отдельных странах) по финансовому обороту.
<b>Тема 6.2 Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.</b>	Основные тенденции развития экотуризма. Связь демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов. Механизмы воздействия туризма на окружающую среду и их география в западноевропейских странах, в странах Африки, на приморских курортах. Страны и регионы, имеющие наилучшие шансы противостоять негативным последствиям глобализации туризма.
<b>РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ</b>	
<b>Тема 7.1 Российские правовые основы охраны природы в туризме</b>	Российские правовые основы охраны природы в туризме. Основные категории системы ООПТ России и экотуризм. Наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма. Заповедники Республики Карелии. Экологические маршруты Архангельской области. Развитие экологического туризма в Северо-Западных регионах России. ООПТ «Плещеево озеро» в Ярославской области. Дарвинский заповедник. Природные территории Московской области. Потенциал Южного Урала для развития экотуризма. Путешествия по Алтаю. Природные достопримечательности Красноярского края. Озеро Байкал. Туристская инфраструктура в Приморском крае. Полуостров Камчатка — земля вулканов.
<b>Тема 7.2 Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке</b>	Положение России на мировом эколого-туристском рынке. Формы экотуризма, получившие наибольшее развитие в России.
<b>РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА</b>	
<b>Тема 8.1 Мировой опыт экологического просвещения и образования</b>	Мировой опыт экологического просвещения. Российское законодательство об экологическом просвещении. Основные направления и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.
<b>Тема 8.2 Отечественный опыт экологического просвещения и образования</b>	Эколого-просветительские программы. Самопутводные тропы и их значение. Деятельность центров информации посетителей, функционирующих при ООПТ. Экомузей и его роль в экологическом просвещении. Музеи под открытым небом, их назначение и деятельность.

## *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 (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. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.**

Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы цели экологического туризма?
2. Назовите основные виды экологического туризма.
3. В чем причины бурного развития экологического туризма в 21 веке?
4. Сформулируйте признаки, присущие экологическим турам и экологическим программам.
5. Приведите примеры положительного влияния туризма на экологию.

6. Какие функции выполняет экологический туризм?
7. Когда впервые появился термин «экологический туризм», кем он был предложен, каким было его содержание?

Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие требования предъявляются к экологическому туризму?
2. В чем особенности развития экотуризма в России.
3. Что Вы знаете о национальных парках как объектах экологического туризма?
4. В чем отличие природных парков от национальных парков?

## **РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА**

Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные направления экологизации турдеятельности.
2. Дайте определение экологического менеджмента.
3. Что является целью экологического менеджмента? Каковы основные задачи экологического менеджмента?
4. Что из себя представляет эффективно работающее турпредприятие, ориентированное на организацию экотуров?
5. Какими информационными ресурсами должен руководствоваться в своей работе экологический менеджер?

Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Что Вы знаете о проблемах маркетинга, имеющиеся в настоящее время в российском экотуризме?
2. Как должна строиться информационно-аналитическая и рекламная деятельность в экологическом туризме?
3. Какова роль средств массовой информации в деятельности турфирм, развивающих экотуризм, и национальных парков?

## **РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ**

Тема 3.1. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятиям: продукт, продукторизация, сервисреализация.
2. Что является составляющей сервисной модели. Создание Концепта.
3. Что такое экологическая тропа как вид туристской услуги?
4. Назовите обязанности членов экогруппы на экологической тропе.

Тема 3.2. Экологические тропы и принципы их формирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Укажите составляющие экологической тропы.
2. Назовите средства осуществления экологических туров.

3. Можно ли найти компромиссы между желанием туристов посетить дикие места и ограничениями к посещению этих мест?
4. Обустройство на экологической тропе.
5. Что такое информационное сопровождение экологической тропы?
6. Правила поведения на экологической тропе.

#### **РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА**

##### Тема 4.1. Потребности биосоциума в экотуризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятию биоклимат. Что такое принцип ранжирования?
2. Разъясните, почему человек — городской социум. Каково его отношение к природе?
3. Как соотносится экологический туризм и человек-городской социум?
4. Разъясните понятие биоклимата. Что такое принцип ранжирования?
5. Приведите примеры уровней ранжирования биоклимата.
6. Что такое социопсихофизиологическая трансформация человека-городского социума в природной среде?
7. Назовите этапы социопсихофизиологической трансформации.

##### Тема 4.2. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что означает термин экология человека? «биологическое разнообразие» и смысл его сохранения.
2. Раскройте суть положения и роли человека в биосфере в прошлом и в настоящем.
3. Охарактеризуйте понятие «биологическое разнообразие» и смысл его сохранения.

#### **РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

##### Тема 5.1. Устойчивое развитие и устойчивый туризм

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите причины возникновения глобальных экологических проблем человечества
2. Что такое экологическая культура?
3. Назовите три основных компонента экологической культуры
4. В чем заключается воздействие мирового туризма на окружающую среду?

##### Тема 5.2. Основные направления деятельности государственных природных заповедников

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные направления деятельности государственных природных заповедников
2. В чем заключаются взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью?
3. Что такое экотуристский кластер?

#### **РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ**

##### Тема 6.1. Организация мирового эколого-туристского сообщества

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите что вы знаете о развитии агротуризма в Италии
2. Какие экомаршруты предлагаются туристам в национальных парках Финляндии?
3. Расскажите о развитии экотуризма в США. Какие национальные парки в США Вы знаете?
4. В чем заключаются преимущества Канады по сравнению с США в развитии экотуризма?
5. Каковы особенности экотуризма на Кипре?
6. Какие страны Африки активно развивают экологический туризм?
7. Чем привлекательны для экотуристов всего мира страны Африки?
8. Какие экомаршруты Вы знаете в Китае?

Тема 6.2. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Расскажите об основных тенденциях развития экотуризма?
2. В чем заключается роль стран-доноров и стран-рецепторов в туризме?
3. Назовите страны и регионы, имеющие наилучшие шансы противостоять негативным последствиям глобализации туризма?

## **РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ**

Тема 7.1. Российские правовые основы охраны природы в туризме

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие проблемы существуют в российском экологическом туризме в настоящее время и пути их преодоления?
2. Какие ООПТ существуют в Ярославской области? Где они находятся?
3. Охарактеризуйте условия и возможности для развития экотуризма в Северо-Западном регионе РФ.
4. Какими природными достопримечательностями обладает национальный парк «Плещеево озеро»?
5. Что предпринимается в национальном парке «Плещеево озеро» для развития регулируемого туризма? Какие для этого есть условия?
6. Что Вы знаете о природном богатстве Дарвинского заповедника? В чем его уникальность?

Тема 7.2. Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке

Вопросы для самоподготовки:

1. Где и когда был организован первый экологический маршрут в России?
2. Расскажите о формах экотуризма, которые получили наибольшее развитие в России
3. Какое положение на мировом эколого-туристском рынке занимает Россия?

## **РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Тема 8.1. Мировой опыт экологического просвещения и образования

Вопросы для самоподготовки:

1. Охарактеризуйте действующее российское законодательство об экологическом просвещении.

2. Каковы основные направления и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения?

3. Дайте оценку мировому опыту эколого-просветительской деятельности.

Тема 8.2. Отечественный опыт экологического просвещения и образования

Вопросы для самоподготовки:

1. Что необходимо учитывать при составлении и реализации эколого-просветительских программ?

2. Приведите конкретные примеры эколого-просветительских программ, реализуемых в работе ООПТ с местным населением. В чем суть этих программ?

3. Что такое самопутеводные тропы и каково их назначение?

4. Чем самопутеводные тропы отличаются от заповедных троп?

5. Что такое и в чем заключается деятельность центров информации посетителей, функционирующих при ООПТ?

6. Что такое экомузей и какова его роль в экологическом просвещении?

7. В чем назначение и какова деятельность музеев под открытым небом?

### 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)<sup>1</sup>

## РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат



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

## ЦЕЛИ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Экотуризм — это единственный тип туристической индустрии, ориентированный на сохранение окружающей среды, культурных ценностей, служащих источником доходов отрасли.

Основные принципы (кодекс) зелёного туризма помогают добиться поставленных задач.

- ▶ Турпоездки на природу для ознакомления с «дикими» экосистемами, традициями аборигенных народностей.
- ▶ Повышение экологической грамотности взрослых и детей.
- ▶ Сведение к минимуму отрицательных последствий посещения диких территорий (уборка за собой мусора, разведение костров в отведённых местах, использование для этого специально привезённых дров, а не срубленных по соседству деревьев).
- ▶ Экономическая эффективность, обеспечивающая приток средств, необходимых для устойчивого развития областей посещения.
- ▶ Помощь в охране исторических и природных объектов.
- ▶ Сохранение аборигенной культуры и вовлечение местных жителей в сферу обслуживания путешественников.

Источник: <https://slide-share.ru/ehkologicheskij-turizm-principi-celi-zadachi-pravila-ehkoturizma-420253>

Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма



Источник: <https://druzhniy-center.ru/nature/lesnye-resursy-mira-cto-eto-takoe-ispolzovanie-ugrozy-i-ohrana.html>

## Экотуризм. Цели и Задачи.

- **Защита окружающей среды**  
Приток финансов за счет туризма и инвестиций; глобальное повышение эко-осознанности среди населения
- **Защита культурного наследия**  
Приток финансов, понимание ценности
- **Удовлетворённость туристов и туристической индустрии**  
Познавательный и увлекательный туризм, комфортабельный и прибыльный
- **Повышение благосостояния местного сообщества**  
Обогащение, обучение, инфраструктура

© Экзотик Тайм. 2009.



Источник: <https://ppt-online.org/771480>

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

### Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме



Источник: <https://ppt-online.org/128266>



Источник: <https://www.slideserve.com/vanya/3232085>

### Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме

## Что такое экологический маркетинг?

- Экологический маркетинг – процесс удовлетворения нужд потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданных посредством минимально возможного объема природных (в том числе энергетических) ресурсов.



## Методы реализации концепции экологического маркетинга

- Принятие общеобязательных законодательных норм, предписывающих определенные стандарты пользования природными благами;
- Кроме того, концепция экологического маркетинга предусматривает строгий контроль и лицензирование добычи природных ресурсов;
- Экономическое стимулирование производителей, направленное на то, чтобы они были заинтересованы в использовании природосберегающих технологий;
- Финансирование научно-исследовательской сферы, способствующее разработке новых безотходных и безопасных технологий, в которых будут применяться менее вредные химические соединения, методы производства и т.д.;
- Разработка системы экономических налогов и штрафов за загрязнение природы.

MyShared

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/1329204/>

## РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Тема 3.1. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика



НАСКОЛЬКО ВАЖНО В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ  
ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОЛОГИЮ?

КАКИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ  
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЫ  
МОЖЕТЕ ПРИВЕСТИ В ПРИМЕР?

### «МОЗГОВОЙ ШТУРМ»



Источник: <https://ppt-online.org/815140>

Тема 3.2. Экологические тропы и принципы их формирования



**По назначению экотропы**

прогулочно-познавательные, прогулочно-познавательные, туристические, учебные экологические тропы.

**По содержанию экотропы**

- ботаническими,
- зоологическими,
- ландшафтно-геологическими
- комплексными.

**Функции экотропы**

- предоставлением природоведческих и краеведческих знаний
- воспитание культуры поведения людей в природе, формирование экологического мировоззрения.

**Основной принцип**

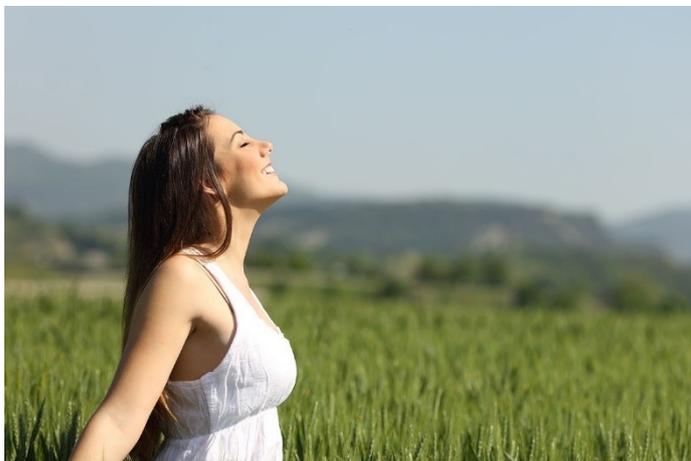
«Мы изучаем природу, природа учит нас».



Источник: <https://myslide.ru/presentation/skachat-texnologiya-razrabotki-marshrutov-ekologicheskix-trop>

## **РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА**

Тема 4.1. Потребности биосоциума в экотуризме



Источник: <https://minagri.kz/lechebnoe-znachenie-ekologicheskogo-turizma/>

Тема 4.2. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.

**Биологическое разнообразие —**  
всё многообразие форм жизни на земле, миллионов видов растений, животных, микроорганизмов с их наборами генов и сложных экосистем, образующих живую природу

**ЗАЧЕМ НУЖНО СОХРАНЯТЬ БИОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ**

Животные являются важной составляющей природных сообществ живых организмов в экосистемах.

В 1992 г в столице Кении, г. Найроби, была подписана международная **Конвенция о Биологическом разнообразии**, принятая многими странами, в том числе и Россией.

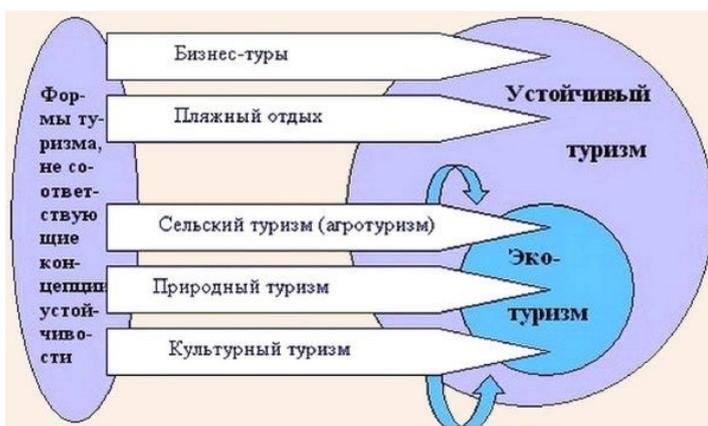
Согласно этой конвенции, **биологическое разнообразие** включает 3 взаимосвязанных понятия:

- 1) генетическое разнообразие особей вида, определяющее его жизнеспособность;
- 2) количество видов и соотношение количества их особей в природных сообществах,
- 3) разнообразие экосистем (экологических систем) - участков земель или вод с их живым населением, постоянно обменивающимся веществами и энергией с местом своего обитания.

Источник: <https://infourok.ru/sohranenie-biologicheskogo-raznoobraziya-4741038.html>

## РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

### Тема 5.1. Устойчивое развитие и устойчивый туризм



Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/ponomareva3.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/ponomareva3.htm)



Источник: <https://globalccm.com/sustainabledevelopment>

## Тема 5.2. Основные направления деятельности государственных природных заповедников

**РЕЖИМ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ**

Правовой режим ООПТ регулирует Земельный кодекс РФ (ЗК РФ), Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 года № 33-ФЗ (ФЗ «Об ООПТ»), Положения, которые утверждаются отдельно в каждом отдельно взятом ООПТ

**Особо охраняемые природные территории:**

- участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними,
- природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение,
- изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования
- установлен режим особой охраны.

**Согласно ст. 95 ЗК РФ, на ООПТ запрещено:**

- предоставление садоводческих и дачных участков
- строительство автодорог, трубопроводов, ЛЭП и др. коммуникаций, строительство и эксплуатация пром., хоз. и жилых объектов, не связанных с разрешенной на ООПТ деятельностью в соответствии с фед. законами
- движение и стоянка механического транспорта, если это не связано с деятельностью ООПТ, прогон скота вне автодорог
- изменение целевого назначения земель, приватизация земель гос. заповедников и нац. парков
- деятельность, не связанная с сохранением и изучением природных комплексов и объектов и не предусмотренная фед. законами и законами субъектов РФ
- иные виды деятельности, запрещенные федеральными законами

**ОХРАННАЯ ЗОНА**

Для предотвращения неблагоприятных воздействий на ООПТ на прилегающих к ним землях и водных объектах создаются охранные зоны, в границах которых запрещается деятельность, оказывающая негативное воздействие на природные комплексы ООПТ

На специально выделенных землях/участках частичного хозяйственного использования в составе земель ООПТ допускается ограничение хозяйственной и рекреационной деятельности в соответствии с установленным для них особым правовым режимом.

Источник: <https://roseco.su/2016/06/pravovoj-rezhim-osobo-ohranyaemyh-prirodnyh-territorij-oopt/>



Источник: <https://touristam.com/osobo-ohranyaemaya-prirodnaya-territoriya.html>

## РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6.1. Организация мирового эколого-туристского сообщества



Источник: [https://vk.com/wall-142049550\\_3107](https://vk.com/wall-142049550_3107)



Источник: <https://strategy.arctic2035.ru/c/proposals/tourism/glemping-na-territorii-azrf-kak-vazhnyy-faktor-razvitiya-ekoturizma-v-regione/>

Тема 6.2. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-реципентов.



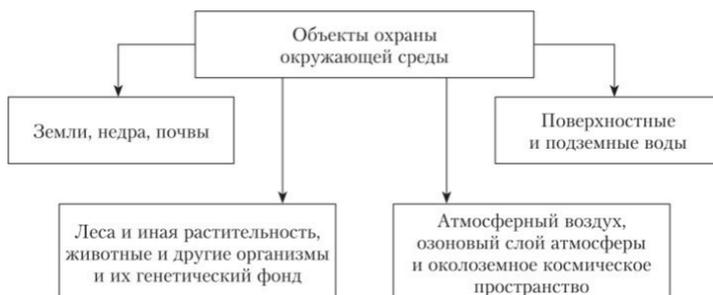
Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/nikonorov.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/nikonorov.htm)



Источник: [https://dzen.ru/media/nhl\\_shilkov/finansirovanie-evrosoiuza-kto-iavliaetsia-donorom-a-kto-sidit-na-shee-nije-62557b169438ec25e014d74a](https://dzen.ru/media/nhl_shilkov/finansirovanie-evrosoiuza-kto-iavliaetsia-donorom-a-kto-sidit-na-shee-nije-62557b169438ec25e014d74a)

## РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

### Тема 7.1. Российские правовые основы охраны природы в туризме



Источник: [https://studme.org/280416/ekologiya/pravovye\\_osnovy\\_ekologicheskaya\\_politika\\_oblasti\\_ohrany\\_okruzhayushey\\_sredy\\_ratsionalnogo\\_prirodopolzova](https://studme.org/280416/ekologiya/pravovye_osnovy_ekologicheskaya_politika_oblasti_ohrany_okruzhayushey_sredy_ratsionalnogo_prirodopolzova)



Источник: [https://studme.org/33530/ekologiya/konstitutsionnye\\_mezhdunarodno-pravovye\\_metody\\_regulirovaniya\\_prirodopolzovaniya\\_ohrany\\_sredy](https://studme.org/33530/ekologiya/konstitutsionnye_mezhdunarodno-pravovye_metody_regulirovaniya_prirodopolzovaniya_ohrany_sredy)

### Тема 7.2. Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке



Источник: <https://ru.russia-promo.com/rmaa-group/blog/russia-in-the-world-travel-market-2019-ru>



Источник: <https://www.google.ru/amp/s/mmb.media/tpost/sjib9ofzn1-zachem-malomu-i-srednemu-biznesu-soblyud?amp=true>

## **РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Тема 8.1. Мировой опыт экологического просвещения и образования



Источник: <http://kraskinskoeposelenie.ru/ekologicheskoe-prosveschenie-obrazovanie-i-informirovanie>



Источник: <https://nurgush.org/news/2020/05/13/den-ekologicheskogo-obrazovaniya/>  
 Посмотреть все изображения

## Тема 8.2. Отечественный опыт экологического просвещения и образования

 Экологическое образование в России 	
<p><b>Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»</b></p> <p>Федеральным законом «Об образовании» одним из основных принципов государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования определен, в том числе, его гуманистический характер, приоритет жизни и здоровья человека, бережного отношения к природе и окружающей среде, рационального природопользования.</p>	<p><b>Федеральный закон «Об охране окружающей среды»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- органы государственной власти, как федеральные, так и региональные, наделены полномочиями по организации и развитию системы экологического образования, формированию экологической культуры;</li> <li>- Закреплена обязанность государства содействовать в осуществлении образовательной деятельности в области охраны окружающей среды и оказании информационной поддержки мероприятий по снижению негативного воздействия на окружающую среду</li> </ul> <p>Главой 13 Федерального закона «Об охране окружающей среды», определена всеобщность и комплексность экологического образования, в том числе требование о распространении экологических знаний через средства массовой информации, музеи, библиотеки, учреждения культуры, природоохранные учреждения, организации спорта и туризма. Закреплена обязанность руководителей организаций и специалистов, ответственных за принятие решений проходить подготовку в области охраны окружающей среды и экологической безопасности.</p>

Источник: <https://admscherb.ru/news/2020/07/17362/>



Источник: <https://center-yf.ru/data/stat/ekologicheskoe-obrazovanie.php>

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

Освоение обучающимся 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 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 подрисовочными 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 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.

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

**КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат

3. Цели занятия.

- изучить теоретическую часть дисциплины
- расширить спектр базовых экологических знаний
- сформировать экологическое мировоззрение у обучающихся

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Предпосылки появления экологического туризма.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	История развития экологического туризма в России и за рубежом.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Виды экологического туризма.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

## Введение.

Экологический туризм – это направление туризма, предполагающее посещение территорий, не затронутых антропогенным воздействием. Целью поездок является получение информации о природе посещаемого региона, знакомство с культурой, этнографией, археологическими и историческими достопримечательностями. Основная задача экотуризма заключается в сохранении в первозданном виде уникальных ландшафтов и воспитании у людей бережного отношения к природе.

Впервые понятие «экотуризм» было использовано на международной конференции учёным из Мексики Эктором Себальосом-Ласкурайном в начале 80-х гг. прошлого века. Термин означал, что экология и туризм должны находиться в гармонии. Эколог предлагал сделать упор не на активные формы рекреации, а на путешествия, объектами которых станут сохранение биоценозов, созерцание природы и поддержание культурного наследия посещаемых областей.

В России слово стало популярно сразу после конференции. Впервые его применили при разработке пешеходного маршрута на Байкале. Международное молодёжное турбюро «Спутник» предлагало экотуры по Кругобайкальской железной дороге (КБЖД).

Экология – молодой, не устоявшийся термин. Биологи и географы до сих пор трактуют его по-разному. Нет единого стандарта и в формулировке экологического туризма.

По версии Международного Общества экотуризма – это ветвь туризма в дикую природу, содействующая её охране и улучшающая благосостояние местного населения.

WWF трактует термин, как турпоездку в местность со сравнительно не тронутой природой. Цель – получение информации об этнографических, природных особенностях района без нарушения баланса экосистем. Дополнительно создаются экономические предпосылки, при которых рачительное отношение к природе края становится выгодным для местных жителей.

International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (IUCN) считает экотуризм поездкой для созерцания природы, ознакомления с культурными ценностями. Экологический туризм «мягко» воздействует на биоценозы, способствует активному вовлечению жителей посещаемой области в экономическую, социальную деятельность.

Проанализировав все трактовки, можно прийти к выводу, что в отличие от других направлений туризма, экотуризм нацелен на предотвращение губительного воздействия на окружающую среду.

При этом турагентства лично заинтересованы в сохранении природных объектов и развитии экономики посещаемых туристами территорий.

По роду занятий выделяют 3 вида экотуризма:

- Научный экологический туризм. Экспедиции учёных, практика студентов в заповедниках, полевые исследования (например, учёты численности животных) с привлечением волонтеров.
- Познавательный экотуризм. Наблюдение за млекопитающими, птицами, редкими растениями, бабочками. Туры к палеонтологическим достопримечательностям, этнографические поездки, фотоохота.
- Рекреационный туризм. Активный отдых: конные, пешие, велосипедные походы, альпинизм, рафтинг, сплавы по рекам. Пассивный отдых: пикники, пребывание на базах и в палаточных лагерях с изучением окрестностей. Конная прогулка.

Экологические туры классифицируют по видам передвижения, составу групп, продолжительности маршрутов и другим признакам.

Выделение типов экологического туризма по определённым критериям достаточно условно. Большинство туров совмещают познавательный и рекреационный отдых. Маршруты проходят по особо закрытым (заказники, заповедники) или окультуренным территориям (паркам, сельским районам).

Цели и основные принципы. Экотуризм – это единственный тип туристической индустрии, ориентированный на сохранение окружающей среды, культурных ценностей, служащих источником доходов отрасли.

Основные принципы (кодекс) зелёного туризма помогают добиться поставленных задач:

-Турпоездки на природу для ознакомления с «дикими» экосистемами, традициями аборигенных народностей.

-Повышение экологической грамотности взрослых и детей.

-Сведение к минимуму отрицательных последствий посещения диких территорий (уборка за собой мусора, разведение костров в отведённых местах, использование для этого специально привезённых дров, а не срубленных по соседству деревьев). Уборка в лесу.

-Экономическая эффективность, обеспечивающая приток средств, необходимых для устойчивого развития областей посещения.

-Помощь в охране исторических и природных объектов.

-Сохранение аборигенной культуры и вовлечение местных жителей в сферу обслуживания путешественников.

Не все виды туристических поездок на природу являются экотуризмом. К данному виду отдыха не относятся путешествия, соответствующие лишь некоторым принципам экотуризма и туры, непосредственным результатом которых не становится улучшение охраны естественной среды.

Экологический туризм с каждым годом становится всё популярнее. Жители мегаполисов, уставшие от шума и суеты, ищут единения с природой. Турфирмы предлагают поездки в экзотические страны, где можно покататься на слонах или сфотографировать львов, организуют путешествия за полярный круг для наблюдения за северным сиянием. Наибольшим спросом пользуются туры в нетронутые уголки природы на всех континентах.

Экотуризм в мире активно развивается, принося более 20% прибыли от всей туристической индустрии. Популярные направления – страны Восточной Азии, сафари парки Африки, зона тропических лесов Латинской Америки.

Экологический туризм в России начал развиваться позднее, чем в Европе или США. Отсутствие нормальных дорог и средств связи в отдалённых районах тормозили его распространение. В то же время, Россия – перспективная страна для этого вида отдыха.

Огромная малозаселённая территория, разнообразие природных зон и ландшафтов, 29 объектов, находящихся в списке Всемирного наследия ЮНЕСКО ежегодно привлекают всё больше местных и иностранных экотуристов, стремящихся посетить уникальные природные регионы.

Байкал – родоначальник российского экотуризма. Конные и пешие маршруты проложены по красивейшим берегам озера. Во время похода можно увидеть байкальских тюленей, медведей, куликов.

Алтай. Гора Белуха, где по преданиям находится вход в Шамбалу, тёплые ключи, Малиновое озеро с розовой водой, мощные водопады привлекают ежегодно в край более 1,5 млн человек.

Камчатка. Бёрдвотчинг (наблюдение за птицами), научно-познавательные экскурсии, восхождение на вулканы – главные направления туризма. Долина гейзеров – настоящее чудо света, одно из 6 крупных гейзерных полей в мире. Для её изучения ежегодно на полуостров приезжают учёные из других стран.

Карелия. Чистейший воздух, прозрачные озёра, живописные реки и водопады привлекают в республику приверженцев зелёного туризма. Если повезёт, в непроходимых лесах можно повстречаться с росомахой, кабаном или лосем. В заповеднике Кивач проложены тропы, ведущие к каскадному водопаду, высотой 10,7 м и Сопохскому бору, с соснами долгожителями, возраст которых достигает 350 лет.

Таймыр. В декабре и январе в пос. Хатанга со всего света съезжаются «охотники за северным сиянием». В Таймырский заповедник приезжают, чтобы увидеть восстановленное стадо овцебыков. На полуострове обитают полярная сова, пуночка, кречет и казарки, которых невозможно встретить в средней полосе.

Вопросы к обсуждению:

1. Каковы цели экологического туризма?
2. Назовите основные виды экологического туризма.
3. В чем причины бурного развития экологического туризма в 21 веке?
4. Сформулируйте признаки, присущие экологическим турам и экологическим программам.
5. Приведите примеры положительного влияния туризма на экологию.
6. Какие функции выполняет экологический туризм?
7. Когда впервые появился термин «экологический туризм», кем он был предложен, каким было его содержание?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма

3. Цели занятия.

- изучить теоретическую часть дисциплины
- расширить спектр базовых экологических знаний
- сформировать экологическое мировоззрение у обучающихся

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Объектно-элементное разнообразие экологического туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Связь экологического туризма с системой знаний об окружающей природной среде и обществе.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная

		ая лекция
3	Природные ресурсы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Влияние деятельности человека на природные сообщества чрезвычайно разнообразны и прослеживаются на всех уровнях эволюции.

На протяжении всей жизни человек находится в непосредственной зависимости от окружающей его природы. В результате эволюционного процесса на Земле сформировалась оболочка Земли, которую назвали биосфера, состав и структура которой обусловлена современной деятельностью живых организмов. Такая деятельность как вырубка лесов, орошение, осушение, истребление животных и растений привела к изменению внешнего облика планеты, то есть произошло нарушение взаимосвязей в природе и как результат нарушения равновесия в биосфере в целом. Биосфера представляет собой глобальную экосистему Земли. Изменение лесных массивов в города, развитие промышленности и сельского хозяйства уже охватило огромные территории планеты. Научно-технический прогресс, нерациональное использование природных ресурсов увеличили проблемы отношения между человеком и природой. По мнению многих учёных влияние человека на природную среду стало направляющей силой эволюции экосистем. Тем самым произошёл переход биосферы в новое состояние или новую фазу, которую академик В.И. Вернадский назвал ноосферой, то есть сферой человеческого разума. Такая деятельность, как неэкономное использование земель, газа, угля, запасов нефти, загрязнение воздуха, воды, эрозия почв, потребительское отношение к животному и растительному миру стали реальным фактом риска. Само определение ноосферы характеризует эту среду, как территория для разумного ведения человеческой деятельности. Хотя на самом деле нужно отметить, что все достижения человечества в развитие научно -технического прогресса стали ведущими фактами изменения природных систем и их эволюции. Такие негативные явления, как неправильное захоронение радиоактивных отходов, испытания атомных бомб стимулируют негативное влияние на биосферу и биосферные процессы, а накопление радиоактивных веществ в организме введёт к раковым и генетическим заболеваниям.

Из-за уничтожения лесов и увеличения производства увеличивается концентрация CO<sub>2</sub> в атмосфере, что в свою очередь привело к повышению температуры воздуха или «парниковому эффекту». Это может привести к таянию полярных льдов, повышению уровня Мирового океана и затоплению прибрежных земель.

Все рассмотренные нами негативные воздействия человека на природу представляют собой важнейшую проблему и ведут к экологическому кризису. С отрицательным воздействием человечества на природную среду надо бороться, тем более человек как «*Homo sapiens*» в состоянии поменять ситуацию в лучшую сторону. Конечно, уже многое сделано в этом направлении, созданы законы об охране природы и различные организации, которые контролируют негативное влияние человеческой деятельности на природную среду.

Но в свою очередь само появление человека, как человека разумного качественным образом изменило биосферу. Для удовлетворения своих потребностей человеку необходимо ежедневно влиять и изменять природную среду. Но для того чтобы эксплуатация биологических ресурсов бала правильной и способствовала сохранению природного

богатства, нужно выработать чёткие механизмы влияния различной деятельности человека на природные системы, проанализировать ответную реакцию природной среды на антропогенное воздействие, и тем самым стараться помочь восстановить баланс между потреблением и возобновлением природного достояния Земли.

Развитие мирового экологического кризиса напрямую связано с распространением в современном мире потребительского отношения к природе. Основной путь выхода из кризиса, на наш взгляд, - эколого-просветительский. Изменение менталитета в сторону экологического возможно за счет формирования экологического мировоззрения, экологической культуры, экологической нравственности, экологической этики, активной социальной позиции населения в деле сохранения окружающей среды.

Формирование экологического сознания и мышления на основе активной жизненной позиции позволит жителям Орловской области понять причины и механизмы возникновения экологических проблем, и способы их рационального разрешения. Экологическое просвещение необходимо осуществлять на протяжении всей жизни человека, используя систему непрерывного образования.

В связи с этим, актуальной является разработка проекта экологического туризма в пределах родного края. Туризм - любая форма проведения досуга, связанная с тем или иным видом многодневного отдыха вне места постоянного проживания.

Эко-туризм играет важную роль в развитии экономических и экологических знаний студентов, в их ознакомлении с разными сторонами экономической и культурной жизни своего края. Многообразие впечатлений, получаемых молодежью, имеет большое значение для расширения их образовательного и культурного кругозора. С познавательными функциями эко-туризма связано и его воспитательное значение.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие требования предъявляются к экологическому туризму?
2. В чем особенности развития экотуризма в России.
3. Что Вы знаете о национальных парках как объектах экологического туризма?
4. В чем отличие природных парков от национальных парков?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ И ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме

3. Цели занятия.

- изучить характеристики генеральных задач экоменеджмента в туризме.
- сформировать факторы влияния на выбор решения покупки услуги экологического туризма.
- изучить принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные цели и этапы экологического аудита в туризме.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
2	Виды экологических сертификатов в туризме.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Менеджмент - это самостоятельный вид профессиональной деятельности, предназначенный для достижения целей организации в условиях рыночных отношений в экономике.

Менеджмент туризма не является исключением. В туристской отрасли действует большое число организаций, разрабатывающих и реализующих разнообразные туристские продукты. Однако далеко не все организации, занятые в сфере туризма, выдерживают удары конкуренции и получают доходы, необходимые для продолжения своей деятельности на рынке. И зависит это, в первую очередь, от того, как осуществляется управление организациями.

В российских условиях одним из новых видов туризма, невостребованным рынком в полной мере, является экологический туризм. Менеджмент в экологическом туризме также делает только первые шаги. И важно еще на исходных позициях осознать место и роль менеджмента в экотуризме, выявить его особенности и представить себе потенциал его социальной ответственности за судьбу природы.

Надо иметь в виду, что становление менеджмента в экологическом туризме связано со следующими обстоятельствами:

- всякое новое воспринимается с опаской со стороны тех, кто уже занял достаточно прочные позиции в туризме;

- говоря об экотуризме, нужно считаться с его спецификой, что потребует значительных усилий для занятия своего сегмента на туристском рынке;

- выходя на туристский рынок, экотуризм сопряжен с высокими первоначальными затратами, что делает его продукт слишком дорогим и элитным.

Отсюда следует, что менеджмент в экологическом туризме должен обладать гораздо большей "пробивной способностью", основой чего является, прежде всего, высокое качество этого вида деятельности.

Менеджмент экологического туризма предполагает решение ряда взаимосвязанных задач, отличающих его от менеджмента туризма в его традиционно понимаемом значении.

Генеральные задачи эколого-туристского менеджмента:

- согласование деятельности фирмы или предприятия с требованиями законодательства об окружающей среде;

- минимизация негативного влияния на окружающую среду и формирование экологичного турпродукта;

- эффективное использование туристских ресурсов, не допускающее их истощения и обеспечивающее воспроизводство;

- разработка экологически корректных и экономически продуктивных планов развития;
- осознание экологических требований работниками предприятий и формирование экологической культуры клиентов, стимулирующих спрос на эколого-туристские услуги.

Конструктивные решения, касающиеся роли экологически ориентированного туризма в сохранении природы, были сформулированы на Международной конференции, проведенной в г. Ванкувере (Канада). В частности, на конференции отмечалось, что экологически устойчивый туризм наглядно демонстрирует важное значение природных и культурных ресурсов для экономического и социального благосостояния общества и помогает их сохранению. Такой туризм способствует продуктивному использованию земель, не имеющих сельскохозяйственного значения, что позволяет сохранять естественную флору на больших площадях.

В рамках направленного, регулируемого и устойчивого туризма легче осуществлять контроль, анализ и управление процессом развития туризма, разрабатывать надежные методы контроля за состоянием окружающей среды и предупреждать любые негативные последствия от пребывания в ней туристов.

Экологический менеджмент должен пронизывать все основные сферы туристской деятельности и подразделения туристских предприятий:

- прием и размещение клиентов;
- продажу, рекламу и информацию;
- прокат снаряжения, подготовку гидов и инструкторов;
- технические средства и службы;
- закупки оборудования и материалов и поставу продуктов;
- управление территорией/акваторией;
- транспортные службы;
- взаимодействие с местными властями и населением, с общественными организациями и др.

Следует стремиться к тому, чтобы генеральные задачи экоманеджмента в туризме и его специальные разделы были органично связаны с экологическим аудитом и сертификацией.

К ключевым инструментам эколого-туристского управления относятся:

- обучение и постоянное повышение квалификации сотрудников;
- назначение координаторов по экологии;
- разработка специализированных внутренних инструкций, системы контроля за их выполнением и поощрений;
- составление экологических кодексов для фирмы и рекомендаций для клиентов;
- слежение за достоверностью рекламной и отчетной информации об экологических качествах предлагаемых услуг;
- организация экологического аудита и маркетинга;
- мониторинг туристского продукта, экологических инноваций, оценок клиентов и общественного мнения.

К исходным положениям, относящимся к роли менеджмента в осуществлении экологического туризма, прежде всего, относится формирование представления о целевой направленности менеджмента экологического туризма.

-Менеджмент экотуризма должен уделить особое внимание экологическому образованию, повышению культуры взаимоотношений туристов с природой, как путем содержательной проработки туристских программ, так и путем выработки и внедрения экологических норм поведения в природной среде. Необходимо воспитывать в туристах способность не только наслаждаться природой, но и думать о ее будущем, а также содействовать мероприятиям, направленным на сохранение природных туристских ресурсов;

-Менеджмент экотуризма не должен ограничиваться только вопросами экообразования при их несомненной важности. Во всяком случае, это не должно носить самодовлеющего характера, а сочетаться с использованием рекреационного потенциала природной среды, с

другими видами туризма с целью наиболее полного восстановления физических и духовных сил человека, обеспечения ему полноценного отдыха. При этом окружающая человека природная среда должна рассматриваться не только в качестве условия жизнеобеспечения, но и в качестве источника усиления эмоциональной составляющей пребывания туристов с рекреационными и иными целями;

-Менеджмент экотуризма должен быть настроен на то, чтобы всемерно содействовать социально-экономическому развитию туристских центров, к которым относятся, прежде всего, особо охраняемые природные территории, природные богатства регионов и государства в целом. Рост местного делового оборота, повышение занятости населения, сбалансированность региональных диспропорций, ломка языковых, социальных, классовых, религиозных барьеров, сохранение местных промыслов, обычаев, традиций - все это должно в определенной мере быть предметом внимания и забот менеджмента экотуризма. Участие в реализации соответствующих программ может способствовать экономическому и социально-культурному развитию территорий, используемых в туристских целях;

-Менеджмент экотуризма должен выступать активным защитником природы на туристских территориях. Взяв на вооружение так называемый «зеленый маркетинг» (например, рекламируя природные богатства), информируя туристов о последствиях их беззаботного отношения к природе, налаживая эффективные коммуникации с администрацией природных заповедников, с общественными природоохранными организациями, менеджмент в состоянии оказать заметное влияние на оздоровление экологической обстановки на территории туристских центров;

-Менеджмент экотуризма, ориентируясь на получение прибыли, создавая и реализуя рентабельные туры и услуги, стремясь к минимизации затрат на их производство, должен исходить из того, что не только этим определяется смысл экотуристской деятельности, но и ее природоохранной функцией. Органически взаимодействуя друг с другом, экономическая и экологическая направленность в деятельности менеджмента - изыскивать новые возможности для развития экотуризма в устойчивой экономической основе со всеми вытекающими отсюда возможностями для успешной реализации природоохранной функции.

Это далеко не полный перечень того, на что должна быть направлена деятельность менеджмента экотуризма с тем, чтобы оправдать возлагаемые на этот вид туризма надежды. Каждое из направлений имеет самостоятельное значение и может быть развернуто в соответствующую совокупность подцелей и задач.

Исходя из принципиальной целевой направленности менеджмента функциональное содержание его деятельности предполагает следующие основные аспекты:

1) в состав ключевых областей менеджмента экотуризма включаются природные ресурсы. При этом они выступают не как обязательная составляющая туристско-рекреационных ресурсов, что, как известно, является одним из условий туристского бизнеса вообще, а как объект управляющего воздействия наряду с человеческими, материальными, финансовыми ресурсами, состояние и движение которых необходимо целенаправленно формировать, регулировать и контролировать. Для этого в системе менеджмента должен быть соответствующий механизм, предназначенный для управления использованием в туристских целях природных ресурсов с наибольшей экономической и экологической эффективностью. Отсюда следует, что разработка стратегий, планов, программ, определение показателей, нормативов и других компонентов плановой деятельности в управлении турфирмой предполагает:

-представление в них природоресурсных характеристик (например, распределение заповедной территории по степени ее ограниченности для туристского посещения, экскурсионная значимость туристских маршрутов, пейзажные и видеоэкологические характеристики природных территории и др.);

-учет в них природоохранных требований (например, экологический пропускной потенциал территории, ограничение или полное запрещение использования во время

путешествий по заповедным местам веществ, наносящих вред окружающей среде, использование альтернативных источников энергии или транспортных средств и др.);

-сбалансированность в планах природоресурсных характеристик и природоохранных требований с другими ключевыми областями деятельности менеджмента, такими, как, например, инновации, маркетинг прибыль и др.;

-сбалансированность в планах природоресурсных характеристик и природоохранных требований с другими ключевыми областями деятельности менеджмента, такими, как, например, инновации, маркетинг прибыль и др.

Как видно, плановая функция менеджмента наполняется конкретным экологическим содержанием, что свидетельствует о включенности природных ресурсов в общую систему ресурсного обеспечения экотуризма и ее рационального использования как в целях обеспечения экономической эффективности туристской деятельности, так и в интересах защиты природы.

2) направленность менеджмента на получение прибыли от экотуризма органически предполагает разработку и выполнение большого комплекса мероприятий организационного, экономического, социально-культурного, психолого-педагогического, материально-технического, кадрового и иного характера, предназначенного для повседневной ориентации туристов на активное восприятие ими достоинств цивилизованного общения с природой. Сюда входит, например, создание различных методических, нормативных, инструктивных материалов, разработка тематических программ, видеосюжетов, организация передвижных выставок природоохранной направленности, содействие в создании в заповедниках Музеев природы, участие в художественной проработке рекламных и иллюстративных материалов, создание разнообразных рекомендаций, памяток туристам. Эффективным направлением такого рода работы могла бы стать демонстрация туристам пагубных последствий разрушения ими природы с использованием всех возможных средств информационного воздействия, включая компьютерную графику;

Большую роль в популяризации экотуризма и привлечении к нему внимания широкой общественности призвано играть включение в организационные мероприятия менеджмента или участие работников турфирм в проведении семинаров, симпозиумов, презентаций, «круглых столов» и т.п.

Все это - виды организационной деятельности менеджмента. Она должна осуществляться в тесном контакте с администрацией и специалистами заповедников, с участием общественных природоохранных организаций, органов государственного регулирования туризма и охраны природы.

3) в менеджменте экотуризма специфическая роль отводится мотивации. Являясь одной из основных функций менеджмента, она распространяет свое влияние на широкий спектр отношений людей, прямо или косвенно участвующих в осуществлении экотуристской деятельности.

-мотивация самих работников турорганизаций;

-мотивация персонала природных резерватов;

-мотивация населения, принимающего участие в реализации мероприятий, намечаемых менеджментом экотуризма.

Форма и содержание мотивации будут различными, но ее направленность во всех случаях носит общий характер, а именно:

-формировать побудительные мотивы природоохранной деятельности в триаде «турработник - работник заповедника - житель туристской территории» с позиции природозначимых ценностей;

-создавать моральные и материальные предпосылки для вовлечения в экопросветительскую деятельность работников заповедных территорий и местного населения;

-воздействовать на поступочный компонент человека, характеризующий его отношение к участию в реализации туристских программ в границах согласованных заповедных территорий.

4) менеджмент экотуризма несет прямую ответственность за соблюдение правил и норм поведения туристов на территории заповедников и в других природозначимых местах. Эта ответственность не делится с администрацией заповедных территорий, а является исключительно прерогативой турфирм, организующих экотуры. Она специально должна оговариваться в договорах с заповедниками. Отсюда следуют повышенные требования к обеспечению эффективной контрольно-надзорной функции при посещении туристами заповедных территорий, которые намечаются, разрабатываются и проводятся в жизнь специалистами турфирм при непосредственном участии работников заповедников и местного населения.

Дискредитация идеи жесткого (а может быть, и принудительного) контроля за пребыванием туристов в заповедных природных местах, от кого бы она не исходила, должна пресекаться самыми решительными мерами вплоть до отзыва лицензии на турдеятельность и увольнение работников.

Таковы, в общих чертах, предпосылки формирования практических основ деятельности менеджмента экотуризма. Они, несомненно, нуждаются в более глубокой проработке, всестороннем обосновании и серьезном методическом обеспечении. Надо полагать, что становление и развитие экологического туризма предполагает в первую очередь рассмотрение и решение относящихся к менеджменту задач.

Одна из генеральных задач, стоящая перед менеджерами экотуризма, - разработка планов его развития, будь то самые первые шаги только что созданной турфирмы или программа эколого-туристского освоения нового региона опытным туроператором.

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные направления экологизации турдеятельности.
2. Дайте определение экологического менеджмента.
3. Что является целью экологического менеджмента? Каковы основные задачи экологического менеджмента?
4. Что из себя представляет эффективно работающее турпредприятие, ориентированное на организацию экотуров?
5. Какими информационными ресурсами должен руководствоваться в своей работе экологический менеджер?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме

3. Цели занятия.

-изучить характеристики генеральных задач экоманеджмента в туризме.  
-сформировать факторы влияния на выбор решения покупки услуги экологического туризма.

-изучить принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.

4. Структура лекционного занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства
---	---------------------	-------------------

п/п		обучения
1	Организационно-управленческие решения в экологическом туризме.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Руководитель и менеджер турпредприятия, ориентированного на экологический туризм.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Типология менеджера экологического туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Все более очевидной становится необходимость поиска новых путей и подходов к решению экологических проблем мирового туристского бизнеса. Основным из таких путей общепризнан экологический менеджмент. В Повестке дня на XXI век, принятой в Рио-де-Жанейро в 1992 г., подчеркивалось, что экологический менеджмент следует отнести к ключевой доминанте устойчивого развития и одновременно к высшим приоритетам промышленной деятельности и предпринимательства.

Экологический менеджмент в туризме можно определить как комплексную разностороннюю деятельность, направленную на реализацию экологических целей проектов и программ в туристских путешествиях, экскурсиях, в туристских комплексах, зонах, а также на рекреационных территориях.

При разработке подходов к созданию и упрочению единого европейского рынка Европейское Сообщество (ЕС) стремится создать жесткую систему экологического законодательства и контроля за исполнением его требований. Одним из лидеров апробации рыночных инструментов экологического менеджмента является Великобритания, где в 1990 г. был принят Экологический акт, а в 1992 г. – стандарт систем экологического менеджмента BS 7750, подготовленный и выпущенный Британским институтом стандартизации. Названный стандарт полностью вписывается в требования стандарта качества BS 5750 и ISO 9000.

В 1993 была разработана система экологического менеджмента EMAS. Цель создания EMAS состояла в оценке и улучшении экологических характеристик деятельности турфирм, гостиничных и других организаций и в создании условий для предоставления населению экологической информации. Предполагалось, что внедрение системы экологического менеджмента будет способствовать постоянному улучшению экологических характеристик деятельности организаций благодаря:

- разработке и реализации экологической политики и экологических программ;
- периодической объективной и систематизированной оценке параметров деятельности всех подразделений организации;
- предоставлению населению экологической информации об организации.

По мнению экспертов Центра природоохранных технологий (Великобритания), внедрение системы экологического менеджмента дает целый ряд выгод (соответственно, и стимулов), а именно позволяет:

- нацелить менеджмент на ключевые виды деятельности (все начинается с оценки воздействия, установления приоритетов проблем);
- облегчить решение проблем, достичь большей ответственности, четкого распределения обязанностей, системного подхода;
- снизить затраты путем рационализации потребления воды, энергии, сырья, уменьшить объемы отходов;
- обеспечить соответствие меняющимся требованиям природоохранного законодательства;
- минимизировать риск привлечения к судебной ответственности;
- учитывать интересы всех сторон (осуществляется информирование и распределение обязанностей между сотрудниками и внешними участниками – общественностью);
- улучшить позицию организации на рынке за счет лучших экологических показателей;
- достигнуть реального улучшения экологических показателей, т.е. уменьшить воздействие реализованных процессов, услуг и продукции на состояние окружающей среды.

Система экологического менеджмента в соответствии с требованиями EMAS включает в себя пять основных компонентов:

1) разработку экологической политики и оформление документа (заявления), описывающего приверженность организации достижению конкретных экологически значимых целей путем решения определенных задач;

2) оценку существующей ситуации, т.е. установление начальных характеристик деятельности, исходя из которых будет оцениваться эффективность функционирования системы экологического менеджмента;

3) формулирование конкретных задач (т.е. установление тех характеристик деятельности, которые подлежат улучшению), отвечающих целям экологической политики организации;

4) разработку экологической программы, детализирующей пути и стадии решения поставленных задач;

5) проведение экологического аудирования, с тем чтобы периодически проверять, решаются ли поставленные организацией задачи и ведет ли функционирование системы экологического менеджмента к улучшению экологических показателей ее деятельности.

Как видно, многие требования описанных стандартов весьма близки. Считается, что британский стандарт BS 7750 послужил моделью для разработки европейского рекомендательного документа EMAS.

На сегодня существуют руководства, детально описывающие каждый шаг разработки и внедрения системы экологического менеджмента и аудирования в соответствии с требованиями EMAS. Многие эксперты считают, что будущее принадлежит всемирной системе и стандартам, подготовленным международным институтом ISO.

Для экологического туризма наиболее важными направлениями информационно-аналитической и рекламной работы являются:

- выявление и описание своего туристского потенциала и доступных туристских ресурсов;
- сбор и систематизация специальной, прежде всего экологической, информации, необходимой как клиентам, так и управленческим службам;
- определение целевых групп клиентов, для которых имеющиеся ресурсы и возможности могут представлять наибольший интерес;

- определение возможного набора и содержания специальных туристских услуг и собственного туристского продукта (целостного пакета услуг);
- исследование возможностей предоставления спектра дополнительных услуг;
- разработка схемы и методов мониторинга мнений клиентов;
- выявление и привлечение партнеров по развитию туризма как на территории объекта экотуризма, так и в регионе;
- разработка целостной стратегии и конкретных программ рекламной деятельности;
- создание системы рекламной продукции.

Применительно к национальным паркам в туристском маркетинге можно выделить некоторые специфические аспекты.

В отличие от турагентов и туроператоров парки обладают не только оригинальными типами туристского продукта, но и «собственными» туристскими ресурсами, полноценно освоить которые без их ведома и участия невозможно. Однако злоупотреблять этим важным обстоятельством не следует. В противном случае ресурсы парка могут быть в значительной мере разграблены и об устойчивом, а тем более экологически устойчивом развитии туризма придется забыть.

Сегментация туристского рынка, обеспечивающая национальным паркам определенный контингент клиентов, отчасти уже осуществлена, и организаторам туризма, стремящимся привлечь в парки подходящих посетителей, казалось бы, нужно лишь достаточно умело «вставить» свой продукт в уже более или менее определенные «рамки». Но это не такая простая задача, как может показаться на первый взгляд, в том числе и потому, что данный сегмент рынка отнюдь не пустует и конкуренция в нем весьма ощутима.

Преимуществом национальных парков является возможность развить туроператорскую деятельность своими силами и формировать устойчивые партнерские отношения с местными участниками туристской деятельности, занимая в этих отношениях ведущие и консолидирующие позиции.

Выявление и оценка туристского потенциала и доступных туристских ресурсов национальных парков – одна из важнейших задач для разработчиков туристского продукта и организаторов туристской деятельности.

К основным видам туристских услуг и товаров национальных парков относятся:

- разработанные, обустроенные и контролируемые маршруты;
- различные образовательные и консультационные услуги;
- организация спортивного, приключенческого, зеленого, сельского, лечебного и реабилитационного туризма;
- специальные экологические и эколого-культурные туры;
- экскурсионные услуги, в том числе по окрестностям парков;
- проведение специальных мероприятий и акций (ярмарок, аукционов, фестивалей, конкурсов, выставок и т.п.);
- контролируемая заготовка туристами «даров природы»;
- продажа экологически чистых местных продуктов питания;
- экотехнологичные услуги размещения и транспортные услуги;
- прокат туристского снаряжения;
- изготовление и продажа сувениров, торговых знаков с экологической символикой, рекламные услуги;
- изготовление и продажа специальной аудио-, видео-, фото- и кинопродукции.

Продвижение экологических туров возможно посредством участия в специализированных туристских выставках. Для оформления стенда, работы с посетителями и участниками выставки необходимо подготовить:

- фотографии, плакаты, карты, коллажи, изделия местных промыслов, другие предметы, представляющие наиболее интересные, своеобразные и ценные природные и

культурные богатства парка и региона. Размещаемые на стенде материалы должны быть яркими, выразительными и крупными;

– несколько десятков комплектов базовых информационных материалов, подробно характеризующих туристские ресурсы, предлагаемые услуги и продукт парка. Они предназначены не для массовой раздачи, а для индивидуальной работы за отдельным столом с теми посетителями стенда, которые захотят либо сотрудничать с парком, либо купить конкретные туры. Кроме того, необходимо подготовить комплекты официальных документов, представляющих парк (лицензии, сертификаты) и его сотрудников (визитки), а также бланки договоров, печать и т.п. На стол для ведения деловых переговоров необходимо поставить минеральную воду, пепельницу, положить блокноты, ручки и т.п.;

– рекламные материалы для массовой раздачи, например небольшие буклеты и листовки, содержащие краткие сведения о парке и конкретных предлагаемых турах и услуг, их ценах, сроках, условиях и т.д.;

– недорогие сувениры, местные натуральные продукты, литературу, открытки и др. – для продажи.

Целесообразно разместить на стенде монитор, демонстрирующий видеofilмы о парке; приготовить бесплатные сувениры для всех желающих и фирменные пакеты или сумки для подборок рекламных материалов; снабдить сотрудников выразительными фирменными элементами одежды.

В целом технология работы с представителями средств массовой информации хорошо известна и успех дела зависит не столько от эффективной организации этой работы, сколько от искусства самих работников парка и таланта журналистов. Очень важно подготовить пресс-релиз с привлекательными, эмоционально насыщенными материалами.

Обратная связь с читателями, зрителями, слушателями возможна посредством организации различных конкурсов, игр, аукционов, выигрышем или призом в которых является ценный сувенир, бесплатная экскурсия или тур по территории парка;

Средства массовой информации представляют собой важнейший инструмент построения системы общественных связей парка и формирования его благоприятного имиджа, поэтому без их участия не должно проходить ни одно из значимых мероприятий, проводимых парком.

С их помощью следует поддерживать постоянное внимание клиентов и партнеров и к текущей деятельности парка.

Основная цель экологически ориентированной рекламы национальных, парков – напрямую и опосредованно доводить до сведения посетителей парка и потребителей его продукции информацию об общей экологической ситуации в парке, экологичности предлагаемых услуг и целесообразности пользования ими. Экологически ориентированная реклама парка должна быть достоверной, а не содержать ничем не подкрепленные уверения, которые невозможно проверить. Таков главный принцип добросовестной экологической рекламы, соблюдая который парк может обеспечить себе репутацию серьезного, ответственного партнера.

Наряду с прямой экологической информацией для привлечения клиентов и их воспитания необходимо использовать косвенные способы представления экологических сведений. Эффективным инструментом такого рода могут быть экологические торговые марки и знаки, а также сертификаты, присуждаемые отелям, фирмам, товарам. Эти знаки не имеют государственного статуса и не носят юридически нормативного характера. Они создают авторитет на основе общественного признания и репутации присуждающих их организаций.

Известные маркетинговые программы зарубежных парков много схожи. Все они опираются на адресность предоставляемых материалов, их выразительность, полноту и целостность, иерархичность и актуальность.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что Вы знаете о проблемах маркетинга, имеющиеся в настоящее время в российском экотуризме?
2. Как должна строиться информационно-аналитическая и рекламная деятельность в экологическом туризме?
3. Какова роль средств массовой информации в деятельности турфирм, развивающих экотуризм, и национальных парков?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Тема 3.1. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика

3. Цели занятия.

-изучить экологические тропы и принципы их формирования.

-изучить методику построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.

-изучить формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Допустимая рекреационная нагрузка на ландшафт, методы и проблемы ее определения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Методика построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Под эколого-туристскими технологиями подразумеваются преимущественно технические и иногда организационные способы достижения максимального экологического эффекта в осуществлении эколого-туристских программ.

Эти технологии разрабатываются и применяются с двумя основными целями -- ради уменьшения или исключения ущерба окружающей природной среде и ради экологической безопасности туристов.

Экологически ориентированные технологии могут и должны применяться в следующих основных сферах деятельности:

- \* архитектура и строительство;
- \* транспорт;
- \* использование природных ресурсов;
- \* планирование маршрутов;
- \* сокращение и утилизация отходов;
- \* питание;
- \* бытовое обслуживание и использование бытовой техники;
- \* защита от шума и иных вредных техногенных и природных внешних факторов;
- \* изготовление и использование туристского снаряжения;
- \* производство сувениров и рекламно-информационных материалов.

Экологизация части из этих сфер деятельности осуществляется независимо от того, связаны ли они непосредственно или вообще не связаны с туризмом, и экотуризмом в частности. Но к другим сферам именно экотуризм предъявляет особые требования.

Фокусом, в котором должны быть сосредоточены усилия по экологизации почти всех аспектов туристской деятельности, безусловно, является отель (пансионат, кемпинг, туристский приют и т.д.).

#### Архитектура и строительство

Отель, соответствующий принципам экотуризма, следует охарактеризовать в первую очередь с архитектурно-строительных позиций.

В классическом экотуризме популярен термин «эколодж» (англ. ecolodge-- экологический домик, убежище). Это небольшой отель, «вписанный» в ландшафт с минимальными нарушениями (в том числе визуальными), построенный из местных традиционных натуральных и безопасных материалов в традиционном для данной местности архитектурном стиле, оснащенный всеми доступными средствами экономии ресурсов и утилизации отходов.

Такое жилище может быть достаточно комфортным (в этом случае пребывание в нем стоит не очень дешево) и в то же время «погруженным» в естественный ландшафт. Так, существуют эколджи, удобно и безопасно размещенные в кроне большого дерева таким образом, что ветви этого дерева и птицы буквально заглядывают к вам в окна. Однако в большинстве случаев эколджи предоставляют своим обитателям стандартный или минимально необходимый (не «высокозвездный») набор услуг.

Во всем мире активно разрабатываются принципы устройства экодома. И эти принципы, а также соответствующие им технологии используются не только в классическом экотуризме, но и в обустройстве популярных туристских местностей, например на Канарских островах, где такие дома уже образуют экологическую туристскую деревню.

К перечисленным выше особенностям эколджа при сооружении экодома добавляются:

- \* малоэтажность,
- \* сравнительная автономность,
- \* относительная дешевизна,
- \* использование возобновимых источников энергии (солнечной, ветровой, геотермальной и др.),
- \* замкнутые (насколько это возможно) системы использования воды,

- \* системы очистки стоков,
- \* устройства по утилизации твердых бытовых отходов,
- \* экологичные теплицы, мини-пруды или иные сооружения для производства продуктов питания,
- \* присутствие значительного количества живых растений. Экожилье, экопоселения, экополис -- эти понятия и посвященные им проекты и программы охарактеризованы в многочисленных публикациях, в том числе и на русском языке<sup>1</sup>. На международном уровне хорошо известна осуществляемая в этом направлении деятельность Центра ООН по населенным пунктам (Хабитат).

Однако идеальные экоддома и эколodge пока еще не стали массовым явлением ни в устройстве населенных пунктов, ни в экотуризме. Поэтому весьма важно контролировать и совершенствовать жилища туристов по следующим параметрам:

- \* конструкция и внешний вид,
- \* строительные и отделочные материалы,
- \* микроклимат и качество воздуха,
- \* бытовые приборы и посуда, , '
- \* энерго- и водоснабжение,
- \* освещение и интерьер,
- \* защита от вредных внешних воздействий,
- \* утилизация отходов. <sup>1</sup>

По всем этим параметрам существуют экологически осмысленные рекомендации. Укажем здесь только некоторые из них, касающиеся строительных и отделочных материалов: предпочтение следует отдавать дереву, камню или кирпичу, но не бетону, не рекомендуется использовать асбест, линолеум, древесно-стружечные и древесно-волокнистые плиты (ДСП, ДВП), цинковые белила и растворители красок, содержащие бензол и толуол,

В России экотехнологии для строительства жилья успешно разрабатываются в Новосибирске акционерным обществом «Экоддом», президентом и идеологом которого является И.А. Огородников. Эта компания не только проектирует экологичные коттеджи, но и разрабатывает рецепты экологичных строительных материалов, основных систем жизнеобеспечения и утилизации отходов, а также производит эти материалы, уделяя особое внимание их дешевизне с тем, чтобы сделать их доступными массовому потребителю.

Но к сожалению, коттеджный строительный бум уже изменил облик российских пригородов далеко не в лучшую сторону и резко ухудшил экологическую ситуацию. Ландшафт этих пространств утрачивает (реже приобретает) свои важнейшие функции. Социальные условия жизни большого числа людей вне коттеджных ареалов (прием не только по соседству с их заборами) также скорее ухудшаются, улучшаются (кучи мусора в окрестных перелесках, перегрузка местных очистных сооружений, транспортные проблемы, социальное напряжение и др.) В значительной мере это следствие экологической неграмотности населения, а также недобросовестности застройщиков и попустительства властей, не стремящихся воспользоваться достижениями современной ландшафтной архитектуры или традициями русской дачной культуры.

В этой ситуации развитие «зеленого сельского туризма» приобретает важнейшее воспитательное значение.

Вопросы для самоподготовки:

1. Дайте определение понятиям: продукт, продукторизация, сервисреализация.
2. Что является составляющей сервисной модели. Создание Концепта.
3. Что такое экологическая тропа как вид туристской услуги?
4. Назовите обязанности членов экогруппы на экологической тропе.

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Тема 3.2. Экологические тропы и принципы их формирования

3. Цели занятия.

-изучить экологические тропы и принципы их формирования.

-изучить методику построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.

-изучить формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экологическая тропа как вид туристской услуги.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Экологические тропы и принципы их формирования.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные функции экологических троп.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Обустройство экологической тропы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Требования к выбору маршрута тропы:

1. Привлекательность:

красота ландшафта – это его интуитивно ощущаемая полезность;

каждая тропа должна быть непохожа на другие;

тропа не должна быть монотонной;

2. Доступность:

-необходимо, чтобы тропа располагалась сравнительно недалеко от населенного пункта и чтобы к ее началу вели хорошие подъездные дороги: посетитель не должен ощущать физической и нервной усталости к ому моменту, как он сделает первый шаг по тропе;

-трасса тропы не должна представлять большой опасности или сложности прохождения, чтобы физическая усталость не уничтожила способности наслаждаться пейзажем, стремления к познанию, восприимчивости к воспитанию.

### 3. Информативность:

способность удовлетворять познавательные потребности людей в области географических, биологических, экологических и иных проблем.

#### Оборудование экологической тропы

Одним из мероприятий по охране природы на тропе является ее оборудование. Нельзя забывать также о повышенной комфортности пути и обеспечении безопасности путешественников.

Для учебных экологических троп оборудование и мероприятия по ее благоустройству не очень сложны. Например:

Основные виды работ по созданию учебной экологической тропы:

1. Укрепление дорожно-тропиночного полотна, костровищ Отсыпка щебенкой и гравием, укладка плоского дикого камня

2. Разработка проекта, изготовление и установка малых архитектурных форм (информационные доски и опоры для них, смотровые площадки, скамьи, знаки и указатели, питьевой источник, мостики и др.) Применение слегка обработанного природного материала: камня, дерева, покрытых лаком

#### Правила поведения на экологической тропе

В целях сохранения природной среды и обеспечения комфортности отдыха других посетителей каждый участник на тропе обязан подчиняться определенным правилам:

- запрещается срывать любые наземные и водные растения, а не только охраняемые;
- с тропы нельзя выносить никакие сувениры природы: красивые камни, интересные коряги и т.п., с тропы можно “выносить” только знания, впечатления и фотоснимки;
- в зоне тропы категорически запрещена любая охота;
- топоры и пилы можно использовать только на многодневных маршрутах в малообжитых районах;
- на топливо идут только сухостой и валежник, а на растопку – мелкие сухие ветки или сухая береста (но не с живых деревьев);
- курить и разводить костры можно только в специально отведенных местах;
- движение по тропам должно проходить по возможности без лишнего шума, чтобы не вызывать беспокойства у животных, поэтому нельзя брать с собой радиоприемники и магнитофоны;
- по той же причине не стоит брать с собой собак;
- после себя не оставлять никакого мусора.

#### Организация маршрутов

Объекты экологического туризма включают природные и культурные достопримечательности. Среди них: разнообразие естественных ландшафтов; животный и растительный мир региона; районы с традиционными формами хозяйства; археологические памятники.

Программа маршрута содержит: прохождение экологических троп; посещение национальных парков и краеведческих музеев; сбор грибов и ягод на разрешенных участках; наблюдение за животными и птицами.

В сфере туризма вовлекается местное население, которое:

- поставляет продукты местного производства;
- обслуживает отели и кемпинги;
- сопровождает группы туристов в качестве инструкторов;
- организует спасательную службу;
- оказывает транспортные услуги.

Вопросы для самоподготовки:

1. Укажите составляющие экологической тропы.
2. Назовите средства осуществления экологических туров.
3. Можно ли найти компромиссы между желаем туристами посетить дикие места и ограничениями к посещению этих мест?
4. Обустройство на экологической тропе.
5. Что такое информационное сопровождение экологической тропы?
6. Правила поведения на экологической тропе.

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Тема 4.1. Потребности биосоциума в экотуризме

3. Цели занятия.

- сформировать правила подготовки к экотуризму и к спортивной охоте.
- изучить социо-психофизиологическая трансформация как основной фактор восстановления человека-городского социума в природной среде.
- изучить предмет и основные задачи экологии человека.
- изучить прямые и косвенные экономические выгоды развития экотуризма для местного населения.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Развитие экологического туризма — потребность человека-городского социума.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Биоклимат как элемент природного ресурса экологического туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Ранжирование биоклимата.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

4	Климатический фактор — важнейший ранговый уровень биоклимата.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
---	---	--

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

За последние годы возросла необходимость использования экологического туризма человеком, так как в мире происходит постепенное ухудшение качества природных ресурсов и окружающей среды. Многие факторы повлияли на рост негативного воздействия на природу, одной из главных считается урбанизация, в связи с тем, что она приводит к загрязнению естественных территорий, что в свою очередь провоцирует болезни у людей из-за некачественного воздуха, грязной воды, пропитанной химикатами почвы и прочее. В свою очередь экологический туризм помогает человеку поправить своё здоровье – физическое и духовное. Экологически чистая природа, ещё не тронутая человеческими руками, способствует оздоровлению людей, даёт им полное душевное спокойствие, так как происходит тесное единение с природой.

В головах современных людей постепенно возникает установка «экологический образ жизни», который заключается в ведении ЗОЖ и развитии «экологического мышления», помогающего оценивать качество окружающей среды и способствующее пониманию, что природа так же нуждается в заботе, как и люди. Ведь состояние человека и его здоровье напрямую зависят от той среды, в которой он живёт. А основная масса людей сейчас проживает в мегаполисах, полных загазованного воздуха, грязной воды, куда промышленные предприятия сливают отходы и многое другое. Вдобавок к этому, сейчас век безграничного потребления, что значит огромный рост мусорных свалок, привносящих в почву разного рода ядовитые вещества. Однако в мире ещё остались уголки чистой и нетронутой человеком природы, которая может помочь восстановить здоровье людей. Потребность человека в оздоровлении и сохранении окружающей среды спровоцировала появление экологического туризма, обладающего лечебными свойствами.

Так как люди много работают, их мозг находится в постоянном напряжении, поэтому ему требуется периодически «освежаться», а этому способствует чистый и свежий воздух, который является неотъемлемой частью экотуризма. При нахождении на свежем воздухе, человек может взбодриться, начать мыслить шире и работать эффективнее. Так же свежий воздух помогает нормализовать давление, улучшить пищеварение, работу сердца, лёгких и сосудов и других органов. Более того, с поступлением в организм свежего и чистого воздуха, укрепляется иммунная система, так как лейкоциты, защищающие человеческий организм от вредных бактерий и вирусов, нуждаются в подпитке кислородом для нормальной работы.

Чистая вода так же положительно влияет на организм человека. Лучшими свойствами, конечно же, обладает вода, которая находится в природных источниках, далёких от деятельности человека. Всем известно, что наш организм на 80% состоит из воды, поэтому при употреблении воды из чистого источника, человек получает большое количество полезных минеральных веществ, что хорошо сказывается на его организме. Более того, вода без каких-либо обработок приносит больше пользы, нежели вода, которую уже очищали или термически обрабатывали.

Так же сильное воздействие на организм оказывает натуральная еда, которая имеет растительное происхождение и выращивается в чистой природе. Такая пища будет наполнена всеми необходимыми микро- и макроэлементами для нормального функционирования человеческого организма. Ведь то, что сейчас продаётся в магазинах – это обработанная множеством раз еда. Прошедшая различные виды обработок, она уже теряет свои многие

полезные свойства. Поэтому человек, находящийся в нетронутом уголке природы и поедающий свежесобранный плод, получит гораздо больше полезных свойств от продукта, чем тот, кто купил его в магазине.

Для оздоровления человека существуют экологические тропы, являющиеся неотъемлемой частью экотуризма. Они приобщают человека к природе, дарят душевное спокойствие и лёгкость. Человек, при прохождении экотропы, отвлекается от серых будней, стресса на работе и негатива от окружающих людей. При взаимосвязи человека и природы в выигрышном положении оказываются оба, так как человек с экомышлением заботится о природе, не причиняя ей вреда. В свою очередь природа дарит человеку душевное спокойствие и освобождает от большого количества информации, так как она во время уединения хорошо усваивается человеческим мозгом.

Лечебные свойства экологического туризма действительно безграничны. Всё, что окружает человека, влияет на его здоровье. Поэтому, он сам выбирает, как следить за своим организмом. Можно постоянно находиться в мегаполисе и испытывать стресс, влияние плохой экологии и негативных эмоций или периодически выбираться из «каменных джунглей» на природу. Человек был создан природой и в первую очередь он нуждается в ней, ведь она его самый лучший лекарь.

Вопросы к обсуждению:

1. Дайте определение понятию биоклимат. Что такое принцип ранжирования?
2. Разъясните, почему человек — городской социум. Каково его отношение к природе?
3. Как соотносится экологический туризм и человек-городской социум?
4. Разъясните понятие биоклимата. Что такое принцип ранжирования?
5. Приведите примеры уровней ранжирования биоклимата.
6. Что такое социопсихофизиологическая трансформация человека-городского социума в природной среде?
7. Назовите этапы социопсихофизиологической трансформации.

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Тема 4.2. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.

3. Цели занятия.

-сформировать правила подготовки к экотуризму и к спортивной охоте.

-изучить социопсихофизиологическая трансформация как основной фактор восстановления человека-городского социума в природной среде.

-изучить предмет и основные задачи экологии человека.

-изучить прямые и косвенные экономические выгоды развития экотуризма для местного населения.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет и основные задачи экологии человека.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
2	Прямая и косвенная экономическая выгода развития экотуризма для местного населения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Предмет и основные задачи экологии человека.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Положение и роль человека в биосфере в прошлом и в настоящем.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Биоразнообразие или биологическое разнообразие — это термин, который описывает разнообразие живых организмов на Земле и степень изменения жизни. Биологическое разнообразие включает в себя микроорганизмы, растения, животных и экосистемы, такие как коралловые рифы, леса, пустыни и т.д. Биоразнообразие — это все, от возвышающихся деревьев до крошечных одноклеточных водорослей, которых невозможно увидеть без микроскопа.

Оно также относится к количеству или обилию различных видов, живущих в определенном регионе. Биологическое разнообразие представляет собой богатство доступных для нас биологических ресурсов. Речь идет о поддержании естественных областей, состоящих из сообществ растений, животных и других живых существ, которые изменяются или вымирают из-за антропогенного воздействия, и разрушения местообитаний.

В биоразнообразии каждый вид, независимо от того, насколько он крупный или маленький, играет важную роль. Различные виды растений и животных зависят друг от друга, и эти разнообразные виды обеспечивают естественную устойчивость для всех форм жизни. Здоровое и устойчивое биоразнообразие может оправиться от множества бедствий.

Биоразнообразие имеет три основных элемента:

- Генетическое разнообразие;
- Экологическое разнообразие;
- Видовое разнообразие;

Недавно был добавлен новый элемент — «молекулярное разнообразие».

Биоразнообразие распределяется неравномерно. Оно варьируется в глобальном масштабе и по регионам. К различным факторам, влияющим на биологическое разнообразие, относятся: температура, высота над уровнем моря, осадки, почвы и их связь с другими видами. Например, биоразнообразие океана в 25 раз меньше наземного разнообразия.

Биоразнообразие является результатом эволюции на протяжении 3,5 миллиардов лет. Оно подвергалось различным периодам вымирания. Последней и наиболее разрушительной стадией вымирания является голоценовое вымирание (эпоха четвертичного периода), на которое частично повлияла деятельность людей.

Все виды взаимосвязаны и зависят друг от друга. Леса предоставляют дома для животных. Животные едят растения. Растениям нужна здоровая почва для роста. Грибы помогают разлагать организмы для удобрения почвы. Пчелы и другие насекомые переносят пыльцу с одного растения на другое, что позволяет представителям флоры размножаться. При меньшем биологическом разнообразии эти взаимосвязи ослабевают и иногда разрушаются, нанося вред всем видам в экосистеме.

Биоразнообразие имеет ряд функций на Земле, включая:

- Поддержание баланса экосистем: переработка и хранение питательных веществ, борьба с загрязнением окружающей среды, стабилизация климата, защита водных ресурсов, формирование и защита почвы, и поддержание экологичности.
- Биологические ресурсы: предоставление лекарственных средств и фармацевтических препаратов, продуктов питания для населения и животных, декоративных растений, изделий из древесины, племенного скота, разнообразия видов, экосистем и генов.
- Социальные выгоды: отдых и туризм, культурная ценность, образование и исследования.

Роль биоразнообразия в следующих областях поможет четко определить его важность в жизни человека:

- Продовольствие: около 80% продовольственного снабжения человека приходится на 20 видов растений. Но люди используют около 40 000 видов флоры для еды, одежды и жилья. Биоразнообразие обеспечивает население нашей планеты продуктами питания.
- Здоровье человека: ожидается, что нехватка питьевой воды создаст серьезный глобальный кризис. Биоразнообразие также играет важную роль в открытии лекарственных средств. Природными медикаментами пользуется большая часть населения Земли.
- Промышленность: биологические источники предоставляют множество промышленных материалов. К ним относятся волокно, масло, красители, резина, вода, древесина, бумага и продукты питания.
- Культура: биоразнообразие обеспечивает развлекательные мероприятия, такие как наблюдение за птицами, рыбалка, походы и т.д. Оно вдохновляет музыкантов, поэтов и художников.

Главным способом измерения биоразнообразия является подсчет общего количества видов, живущих в определенной области. Тропические районы, где теплые климатические условия круглый год, имеют наибольшее биологическое разнообразие. В умеренных регионах, где теплое лето сменяется холодной зимой, наблюдается меньшее биоразнообразие. Регионы с холодными или сухими условиями, такие области высотной поясности и пустыни, имеют еще меньшее биологическое разнообразие.

Как правило, чем ближе регион к экватору, тем больше биоразнообразие. По меньшей мере 40 000 различных видов растений обитают в тропических лесах Амазонки в Южной Америке, одном из самых биологически разнообразных регионов планеты.

Теплые воды западной части Тихого и Индийского океанов являются самыми разнообразными морскими местообитаниями. Морская экосистема в Индонезии служит домом для более чем 1200 видов рыб и 600 видов кораллов. Многие кораллы создают коралловые рифы, в которых обитают сотни видов организмов, от крошечных морских водорослей до крупных акул.

В некоторых регионах мира имеется большое количество эндемичных видов (виды, которые существуют только на определенной территории). В Капской области — природной экосистеме Южной Африке — обитает около 6200 видов растений, которые больше нигде в мире не встречаются. Районы с большим количеством эндемичных видов называются горячими точками биоразнообразия. Ученые и организации прилагают особые усилия для сохранения жизни в этих регионах.

Биоразнообразие также может относиться к разнообразию экосистем — сообществ живых существ и их окружающей среды. Экосистемы включают пустыни, луга и тропические леса. В Африке находятся тропические дождевые леса, альпийские горы и сухие пустыни. Материк обладает высоким уровнем биоразнообразия, а Антарктида, почти полностью покрытая ледяным покровом — низким.

Другим способом измерения биоразнообразия выступает генетическое разнообразие. Гены являются основными единицами биологической информации, передаваемой при размножении живых существ. У некоторых видов имеется до 400 000 генов. (У людей около 25 000 генов, а у риса более 56 000.) Некоторые из этих генов одинаковы для всех особей в пределах вида — они делают ромашку ромашкой, а собаку — собакой. Но некоторые гены внутри вида различны, поэтому, например, одни собаки — пудели, а другие — питбули. Вот почему у некоторых людей карие глаза, а других — голубые.

Более широкое генетическое разнообразие видов может сделать растения и животных более устойчивыми к болезням. Генетическое разнообразие также позволяет видам лучше адаптироваться к изменяющейся среде.

За последние сто лет биоразнообразие во всем мире резко сократилось. Многие виды вымерли. Вымирание — естественный процесс; некоторые виды естественным образом вымирают, а новые виды эволюционируют. Но человеческая деятельность изменила естественные процессы исчезновения и эволюции. Ученые оценивают, что в настоящее время виды вымирают в сотни раз быстрее, чем того требует эволюция.

Основной причиной утраты биоразнообразия является уничтожение естественных мест обитания. Поля, леса и водно-болотные угодья, где живут дикие растения и животные, исчезают. Люди очищают земли, чтобы сажать культуры, строить дома и предприятия. Леса вырубаются для получения древесины.

Поскольку места обитания сокращаются, они могут поддерживать жизнь меньшего количества живых организмов. У выживших существ меньше партнеров для размножения, поэтому генетическое разнообразие снижается.

Глобальное изменение климата — также является фактором, снижающим биоразнообразие по всему миру. Более теплые океанические температуры повреждают хрупкие экосистемы, такие как коралловые рифы. Один коралловый риф способен поддерживать жизнь 3000 видов рыб и других морских существ, таких как моллюски и морские звезды.

Инвазивные виды могут также повлиять на биоразнообразие. Когда люди вводят виды из одной части мира в другую, у них часто нет естественных хищников. Эти «неместные» организмы процветают в их новой среде обитания и часто уничтожают местные виды.

Люди во всем мире работают над сохранением биоразнообразия. Животные и растения являются наиболее известными исчезающими организмами. На нашей планете были созданы тысячи охраняемых мест для защиты растений, животных и экосистем. Местные, национальные и международные организации сотрудничают в целях сохранения биологического разнообразия регионов, которым угрожают развитие или стихийные бедствия. Люди также работают над ограничением загрязнения и восстановлением экосистем. По мере того, как экосистемы становятся более здоровыми, их биоразнообразие увеличивается.

Вопросы к обсуждению:

1. Что означает термин экология человека?
2. Раскройте суть положения и роли человека в биосфере в прошлом и в настоящем.
3. Охарактеризуйте понятие «биологическое разнообразие» и смысл его сохранения.

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

### РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 5.1. Устойчивое развитие и устойчивый туризм

3. Цели занятия.

-изучить основные направления деятельности государственных природных заповедников.

-изучить взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.

-охарактеризовать причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Краткая характеристика основных из них.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Формирование экологической культуры и три ее основных компонента.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Вклад туризма в формирование экологической культуры.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Понятие «устойчивое развитие туризма» и его основные принципы определила Всемирная туристическая организация в конце 1980-х годов.

В процессе рассмотрения холистического подхода к развитию туризма (от англ. Whole — целый) следует учитывать потребности других отраслей, обеспечивая их взаимосвязь и взаимообусловленность. Несмотря на достаточно длительное время развития этой концепции, исследователи не пришли к общему мнению относительно дефиниции устойчивого туризма. На сегодня самыми распространенными из них являются:

1) устойчивое развитие туризма — это все формы развития и управления туризмом, которые не противоречат естественной, социальной, экономической единства и благосостояния сложившихся обществ в бессрочном периоде (Всемирная федерация природных и национальных парков, 1992);

2) устойчивое развитие туризма обеспечивается в пределах экологической устойчивости, позволяет эффективно восстанавливать производительность природных ресурсов учитывает вклад местных общин в отдых туристов; предусматривает равенство прав местного населения на экономические выгоды от туризма; ставит на первое место пожелания и потребности рецептивной стороны (Tourist Concern & Wild World Fund, 1992);

3) устойчивое развитие туризма позволяет современным жителям планеты удовлетворить собственные потребности в отдыхе и рекреации без угрозы потери этой возможности будущими поколениями (UNDP, Production and consumption branch, 1998).

Согласно «Порядку дня на XXI век» принципы устойчивого развития туризма следующие:

1) содействие утверждению полноценного и здорового образа жизни человека в гармонии с природой;

2) вклад в сохранение, защиту и восстановление экосистем Земли;

3) разработка и применение устойчивых моделей производства и потребления как основа для путешествий и туризма;

4) сотрудничество народов в области открытой экономической системы;

5) отмена тенденций протекционизма в сфере предоставления услуг туристического характера;

6) обязательную защиту окружающей среды как неотъемлемая составляющая процесса развития туризма, уважение соответствующих законов;

7) участие граждан страны в решении проблем, связанных с развитием туризма «в том числе касающихся их непосредственно»;

8) обеспечение локального характера принятия решений по планированию туристической деятельности;

9) обмен опытом и внедрение эффективных технологий туризма;

10) учет интересов местного населения.

На современном этапе сущность устойчивого развития туризма рассматривается как важнейший фактор устойчивого развития общества в целом. Это положение четко зафиксировано в Глобальном этическом кодексе туризма, принятом СТО в 1999г. В нем провозглашена обязательства всех участников туристического процесса сохранять природную среду с целью устойчивого и сбалансированного развития. Важное место принадлежит роли органов центральной, региональной и местной власти, должны поддерживать наиболее благоприятные для среды формы туризма. С целью изменения негативного влияния крупных туристических потоков следует применять меры равномерного распределения туристов и посетителей, уменьшая таким образом действие фактора сезонности. Планирование новых объектов туристической инфраструктуры нужно осуществлять с учетом особенностей местности, гарантировать сохранение привычного образа жизни населения. Устойчивое развитие территорий, привлеченных для туристической деятельности, обеспечивают путем создания объектов инфраструктуры туризма, организации новых рабочих мест, привлечение к типовой деятельности в сфере туристического обслуживания местного населения. В результате этого повышается жизненный уровень жителей периферийных регионов, происходит их закрепление на исторической территории проживания. Природоохранный характер туризма вместо заключается в обязанности сохранения биоразнообразия рекреационных территорий и центров. Для этого используют природоохранные технологии, практические наработки, рекомендации фундаментальных и прикладных наук. Важное значение в охране и восстановлении рекреационных территорий должны также схемы финансирования и кредитования природоохранной деятельности в их пределах.

Значительную роль в этом контексте играет формирование экологического мировоззрения как населения рекреационных регионов, так и туристов. Прежде всего, осознать рекреационную привлекательность природного ландшафта, его эколого-эстетическую ценность, может приносить экономическую выгоду, а потому и потребность охраны и бережного отношения к рекреационным ресурсам. Понимание местным населением того, что хищническое применения ресурсов приведет к тому обстоятельства, которые территория останется за пределами сферы рекреационного использования, может быть значительным стимулом для бережного и рационального использования ресурсов. Относительно туристов, то им тоже следует понять необходимость принимать правила, которые диктует природа, то есть соблюдать ресурсных ограничений. Это означает обеспечение соответствующего уровня информированности об условиях пребывания. От туристов нужны: согласие уступить определенной долей своего комфорта; предпочтение продукции, производимой в регионе; интерес и уважение к местным привычкам, традициям и принятого образа жизни; согласие пользоваться только общественным транспортом; энтузиазм по активной защиты окружающей среды, минимизация негативных последствий от рекреационной деятельности, увеличение времени пребывания на отдыхе за счет уменьшения частоты путешествий. Итак, по устойчивому развитию туризма все рекреационные ресурсы используются и направляют таким образом, чтобы удовлетворять экономические, социальные и эстетические потребности при одновременном сохранении культурной идентичности, экологического равновесия, биологического разнообразия и систем жизнеобеспечения региона отдыха.

Прежде всего, нужно применять такие меры по активизации работы в этом направлении:

- 1) утверждение на государственном уровне положений устойчивого развития, в частности по туризму;
- 2) сотрудничество и обмен опытом с международным сообществом по вопросам теории и практики устойчивого развития, адаптация их методов и инструментов;
- 3) повышение уровня экологического сознания населения, распространения информации о качестве окружающей среды и методы его охраны;
- 4) экономическая и правовая поддержка природоохранной деятельности;
- 5) стимулирование природоохранных инициатив населения путем поддержки неправительственных организаций.

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите причины возникновения глобальных экологических проблем человечества
2. Что такое экологическая культура?
3. Назовите три основных компонентов экологической культуры
4. В чем заключается воздействие мирового туризма на окружающую среду?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 5.2. Основные направления деятельности государственных природных заповедников

3. Цели занятия.

-изучить основные направления деятельности государственных природных заповедников.

-изучить взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.

-охарактеризовать причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах».	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные направления деятельности государственных природных заповедников.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Система особо охраняемых природных территорий Российской Федерации, в которой ведущая роль принадлежит государственным природным заповедникам и национальным паркам, формируется в целях "сохранения уникальных и типичных природных комплексов и объектов, достопримечательных природных образований, объектов растительного и животного мира, их генетического фонда, изучения естественных процессов в биосфере и контроля за изменением ее состояния, экологического воспитания населения" (Федеральный закон Российской Федерации "Об особо охраняемых природных территориях").

Закон также определяет конкретные задачи государственных природных заповедников и национальных парков, решение которых направлено на достижение указанных выше целей. Функционирование этих особо охраняемых природных территорий (далее - ООПТ) обеспечивается созданием соответствующих организационных структур:

- Государственных природных заповедников как природоохранных, научно-исследовательских и эколого-просветительских учреждений;

- национальных парков как природоохранных, эколого-просветительских и научно-исследовательских учреждений. Государственные природные заповедники и национальные парки обладают специфическими возможностями, позволяющими сформировать уникальную образовательную среду для работы с населением. Такая образовательная среда обуславливается как собственно миром дикой природы данной территории, так и штатом квалифицированных специалистов. Эколого-просветительская деятельность государственных природных заповедников и национальных парков даст ощутимый результат, если будет носить долговременный, целенаправленный, системный и комплексный характер, оказывать влияние как на интеллектуальную, так и на эмоциональную сферу личности человека, развивать соответствующие практические умения и навыки людей, а также строиться на хорошей методической и материальной базе.

Данная Концепция призвана сформулировать стратегические ориентиры деятельности, связанной с реализацией только одной из основных функций заповедников и национальных парков - эколого-просветительской. Государственные природные заповедники и национальные парки осуществляют дополнительное экологическое образование наряду с другими государственными и общественными организациями соответствующего профиля, занимая особую социальную нишу, используя свой интеллектуальный и природоохранный потенциал.

Безусловно, такая деятельность не должна каким-либо образом вступать в противоречие или наносить ущерб реализации других функций этих особо охраняемых природных территорий - природоохранной и научно-исследовательской.

Цель данной Концепции - определение стратегических ориентиров долговременного развития деятельности государственных природных заповедников и национальных парков Российской Федерации в сфере экологического просвещения населения.

Концепция призвана послужить основой для разработки необходимых нормативных и методических документов, непосредственно регулирующих данное направление деятельности государственных природных заповедников и национальных парков.

Первым принципиальным положением настоящей Концепции является понимание того, что государственные природные заповедники и национальные парки - государственные учреждения и, соответственно, функционируют в интересах государства.

Общественное признание значимости государственных природных заповедников и национальных парков и их престиж зависят, в первую очередь, от того, насколько успешно выполняют они свои задачи и насколько население информировано об этом или даже вовлечено в сферу природоохранной деятельности этих учреждений.

Вторым принципиальным положением Концепции является признание факта, что действенность любых природоохранных мер, принимаемых государством в конечном счете зависит от поведения конкретных людей. Поведение человека по отношению к миру природы в значительной мере определяется уровнем его экологического сознания.

Отечественная и мировая практика показала, что охрана природы, основанная лишь на запретительных мерах, малоэффективна. Наиболее надежным гарантом сохранения дикой природы на территориях заповедников и национальных парков является реальная поддержка обществом их природоохранной деятельности.

1. Обеспечение сохранности природного комплекса охраняемой территории. Эколого-просветительская работа ведется без причинения ущерба природным комплексам охраняемой территории, в строгом соответствии с режимом особой охраны, регламентированным Положением о конкретном государственном природном заповеднике или национальном парке.

2. Профессиональное обеспечение эколого-просветительской работы. Организация эколого-просветительской работы в заповедниках и национальных парках должна обеспечиваться профессионально подготовленными штатными специалистами. При этом к работе с населением целесообразно привлечение, в той или иной форме, большинства

работников заповедников и национальных парков, которым следует овладевать необходимыми навыками для работы с людьми.

3. Широкая социальная направленность эколого-просветительской работы Эколого-просветительская работа направлена на самые широкие слои населения: местные жители и посетители ООПТ; сельское и городское население; дети и взрослые; ответственные работники органов власти, управления, сферы бизнеса. Одной из приоритетных категорий являются учащиеся. Эколого-просветительская работа ведется в сотрудничестве с различными социальными структурами - образовательными учреждениями, природоохранными государственными органами, органами местного самоуправления, общественными организациями и т.д.

4. Использование эколого-просветительского потенциала заповедников и национальных парков Эколого-просветительский потенциал заповедника или национального парка включает как природное и культурное наследие территории (природные ландшафты, объекты флоры и фауны, историко-культурные памятники и т.д.), так и работающих в нем специалистов в области охраны и изучения природного и культурного наследия, а также соответствующую материальную базу (музеи, экспозиции, фондовые и архивные материалы, учебные помещения, обустроенные экологические тропы, фото- и видеотеки, библиотеки и т.д.). Этот потенциал может быть существенно увеличен за счет привлечения активистов-единомышленников, в первую очередь профессиональных педагогов специалистов творческих профессий, к совместной эколого-просветительской деятельности в интересах ООПТ.

5. Ориентация на методологию дополнительного экологического образования Эколого-просветительская работа заповедников и национальных парков не дублирует и не заменяет содержание, форму и методы школьного и вузовского экологического образования. Эта работа ориентируется, прежде всего, на формирование престижа особо охраняемых природных территорий в глазах населения, углубление экологических и природоохранных знаний людей, ознакомление с местным биологическим и ландшафтным разнообразием, формирование экологической культуры.

6. Социально-психологическое обеспечение эколого-просветительской работы Эколого-просветительская работа с населением строится с учетом соответствующих социально-психологических закономерностей. К этой работе наряду с биологами, географами и другими "традиционными" природоохранными специалистами следует, по возможности, привлекать социологов и психологов, а также журналистов и специалистов других творческих профессий.

Эколого-просветительская деятельность государственных природных заповедников и национальных парков осуществляется в целях:

- обеспечения поддержки идей заповедного дела широкими слоями населения, как необходимого условия выполнения заповедниками и национальными парками своих природоохранных функций;
- содействия решению региональных экологических проблем;
- участия в формировании экологического сознания и развития экологической культуры людей.

Эколого-просветительская деятельность заповедников и национальных парков призвана, в первую очередь, формировать у широких слоев российского общества понимание современной роли ООПТ в сохранении биологического и ландшафтного разнообразия как основы биосферы, а также уяснение их места в социально-экономическом развитии регионов. Это должно обеспечить действенную общественную поддержку государственных природных заповедников и национальных парков, как объектов национального достояния.

Системная организация эколого-просветительской работы государственных заповедников и национальных парков возможна при решении следующих основных задач:

- целенаправленная систематическая работа со всеми группами населения в каждом конкретном регионе;
- работа с посетителями ООПТ;
- тесное сотрудничество с образовательными учреждениями, органами государственной власти и местного самоуправления, средствами массовой информации, другими заинтересованными организациями, в том числе общественными, оказание всем заинтересованным лицам методической помощи;
- профессиональная подготовка специалистов соответствующего профиля;
- участие в создании единого информационного пространства, обеспечивающего обмен эколого-просветительской информацией, опытом работы с населением внутри системы ООПТ, между всеми заинтересованными лицами как на российском, так и на международном уровне;
- формирование необходимой организационно-материальной базы эколого-просветительской деятельности - создание специализированных структурных подразделений, организация визит-центров, создание или обновление соответствующих экспозиций Музеев природы, разработка и оснащение экологических троп, издание буклетов, выпуск иной информационно-рекламной продукции и т.д.;
- постоянное развитие и укрепление методической базы для проведения эффективной эколого-просветительской работы на современном уровне - аккумулирование соответствующего отечественного и зарубежного опыта, а также разработка собственных методических материалов.

Утвержденная Указом Президента России от 01.04.96 г. №440 Концепция перехода Российской Федерации к устойчивому развитию подчеркивает, что одним из ключевых факторов обеспечения экологической безопасности страны является воспитание населения на принципах понимания необходимости сохранения биосферы и поддержания ее равновесного состояния. Вопросы развития экологического сознания отнесены в этом документе к числу приоритетных. Предусматривается, в частности, формирование эффективной системы пропаганды идей устойчивого развития и создание соответствующей системы воспитания и обучения, важной составной частью которой могут стать и особо охраняемые природные территории.

Федеральный закон Российской Федерации "Об особо охраняемых природных территориях" - основополагающий правовой акт, определяющий принципы всей деятельности государственных природных заповедников и национальных парков - в статьях 7-й и 13-й наряду с собственно охранной и научной деятельностью предусматривает также ведение заповедниками и национальными парками эколого-просветительской работы с населением. Следует отметить, что настоящий Закон подчеркивает эколого-просветительское значение природных комплексов и объектов территорий заповедников, изымаемых при их создании из хозяйственного использования. При этом Закон допускает возможность проведения на территориях заповедников деятельности, направленной на выполнение эколого-просветительской работы.

В отношении национальных парков упомянутый Закон также предусматривает использование их территории для просветительских целей, называет экологическое просвещение в числе основных задач национальных парков как учреждений, имеющих соответствующий статус, определяет особенности функционального зонирования их территорий с учетом необходимости эколого-просветительской деятельности.

Важнейшими подзаконными актами, регламентирующими деятельность российских национальных парков и заповедников, продолжают оставаться Положение о национальных природных парках Российской Федерации, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 10.08.93 г. М769, и Положение о государственных природных заповедниках в Российской Федерации, утвержденное постановлением Правительства

Российской Федерации от 18.12.91 г. М48 (в ред. постановления Правительства России от 23.04.96 г. И527).

В Положении о национальных природных парках организация экологического просвещения населения рассматривается в числе их основных задач, причем п.22 этого Положения конкретизирует различные формы организации эколого-просветительской деятельности национальных парков. Пунктом 14 Положения о государственных природных заповедниках для реализации поставленной перед ними задачи экологического просвещения населения допускается, в частности, организация и устройство на их территориях экскурсионных экологических маршрутов, а также размещение Музеев природы, в том числе с экспозицией под открытым небом.

Немаловажную роль в деле развития эколого-просветительской деятельности в государственных природных заповедниках сыграло Инструктивное письмо Министерства охраны окружающей среды и природных ресурсов Российской Федерации от 11.10.93 г. №04-17/65-492, адресованное руководителям ряда заповедников. В упомянутом письме отмечена возрастающая роль эколого-просветительской работы на базе заповедников в условиях экономического кризиса и правового нигилизма. Подчеркивается, что пренебрежение значимостью и возможностями экологического просвещения наносит серьезный ущерб перспективам развития заповедного дела в России. Директорам заповедников предлагается сформировать специализированные эколого-просветительские подразделения в пределах бюджетных ассигнований, выделяемых заповеднику на оплату труда, внести соответствующие изменения в штатное расписание. В данном письме перечислены также конкретные функции, выполняемые вышеуказанными подразделениями с учетом индивидуальной специфики заповедников.

Вопросы эколого-просветительской деятельности, включая познавательный туризм, в каждом конкретном национальном парке и государственном природном заповеднике регламентируются также индивидуальным положением об этом парке или о заповеднике.

В соответствии с утвержденной Госкомэкологией России Единой формой годового информационного отчета директора государственного заповедника России, такой отчет должен содержать и значительный раздел по итогам работы в области экологического просвещения. Эколого-просветительская работа в национальных парках отражена в установленных формах ежегодных докладов о деятельности национальных парков и в отраслевой статистической отчетности.

Государственными природными заповедниками и национальными парками используются самые различные формы и методы эколого-просветительской работы. Отечественный и зарубежный опыт свидетельствует, что наиболее эффективными из них могут быть признаны следующие.

1. Работа со средствами массовой информации Это - одно из традиционных направлений. Особое значение придается сотрудничеству заповедников и национальных парков с местными (районными и городскими) средствами массовой информации, в том числе электронными. Успех этой формы эколого-просветительской работы во многом зависит от периодичности и эмоциональной насыщенности информации. В ходе этой систематической работы принципиально важно наладить обратную связь с аудиторией путем проведения различных конкурсов, опросов и т.п.

2. Рекламно-издательская деятельность Распространению информации об особо охраняемых природных территориях и формированию положительного отношения населения к этим учреждениям способствует активная рекламно-издательская деятельность. Речь идет об издании красочных рекламных или же информационных буклетов, брошюр, справочников, распространении различной рекламной продукции - значков, стикеров (наклеивающихся картинок), открыток, конвертов, календарей, сувениров и пр. Серьезную

помощь в работе с населением может оказать собственная газета (бюллетень) заповедника или национального парка, издаваемая с различной, в зависимости от местных условий, периодичностью (ежемесячно, ежеквартально, раз в полугодие), в ряде случаев как приложение к местной (районной, городской) газете.

3. Создание кино- и видеопродукции Эта трудо- и финансовоемкая форма работы позволяет демонстрировать широким слоям населения красоту, богатство и разнообразие заповедной природы. Полупрофессиональные и любительские фильмы снимаются или могут быть сняты силами сотрудников большинства российских заповедников, часть из них может быть с успехом использована в передачах местного телевидения. В то же время важнейшим элементом данного направления работы является сотрудничество заповедников и национальных парков с высокопрофессиональными съемочными группами крупнейших телекомпаний, как отечественных, так и зарубежных, а также со съемочными группами региональных телекомпаний и киностудий.

4. Формирование общественных объединений и иных некоммерческих организаций Общественные объединения могут оказать существенную помощь заповедникам и национальным паркам в осуществлении эколого-просветительской деятельности и привлечении внимания общественности к решению их проблем. Такие объединения могут функционировать в виде разнообразных "обществ друзей охраняемых природных территорий", различных специализированных центров, благотворительных фондов и других некоммерческих организаций, созданных в целях непосредственной поддержки ООПТ и содействия развитию заповедного дела. Правовую основу организации и деятельности таких структур составляют требования, предусмотренные Федеральным законом "Об общественных объединениях", Федеральным законом "О благотворительной деятельности и благотворительных организациях" и Федеральным законом "О некоммерческих организациях". Государственным природным заповедникам и национальным паркам целесообразно всемерно содействовать созданию подобных структур, привлекая их к деловому сотрудничеству и используя их возможности для активизации работы с местным населением. Эффективному обмену опытом, объединению усилий заповедников и национальных парков в работе с населением может содействовать и их объединение в ассоциации и союзы регионального, межрегионального и федерального уровня. Во многих случаях реальную помощь в эколого-просветительской деятельности и работе с населением может оказать конструктивное сотрудничество с действующими в регионе общественными организациями и движениями экологической направленности.

5. Музейное дело и развитие визит-центров для посетителей Музеи природы и визит-центры являются базой активной эколого-просветительской работы с населением и посетителями ООПТ. Музейное дело для государственных природных заповедников является наиболее старым и традиционным направлением просветительской работы. Следует понимать, что создание новых Музеев природы в заповедниках и национальных парках в настоящее время связано с весьма значительными финансовыми затратами и поэтому проблематично. В то же время для заповедников и парков, уже имеющих действующие музеи природного и культурного наследия, исключительно актуальным вопросом является пополнение и обновление экспозиций с учетом современных теоретических и практических разработок в области музейного дела, а также совершенствование форм и методов работы с посетителями музеев, в том числе и с использованием соответствующих технических средств. В качестве музейных экспозиций "под открытым небом" могут также рассматриваться имеющиеся в ряде национальных парков и заповедников дендрарии, демонстрационные вольеры с животными, историко-архитектурные и этнографические объекты, которые могут и должны активно использоваться в эколого-просветительской работе. Во многих случаях заповедникам и национальным паркам, не имеющим собственных Музеев природы, целесообразно организовать небольшую экспозицию в региональном или местном краеведческом музее. Весьма важной и реальной формой работы является создание

специально оборудованных центров для работы с посетителями - “визит-центров”, менее масштабных по сравнению с Музеями природы, но при этом специально оборудованных для лекционной и иных форм работы с посетителями. Немаловажной формой работы следует считать организацию силами заповедников и национальных парков временных и передвижных экспозиций, демонстрирующих красоту и богатство заповедной природы, а также особенности природоохранного творчества (фотовыставки, выставки художественных работ, детских рисунков и др.) и размещаемых не только в музеях природы и визит-центрах, но и в краеведческих, и иных региональных музеях, клубах и кинотеатрах, административных зданиях и т.п.

6. Экологические экскурсии и познавательный туризм Экологические экскурсии и познавательный туризм - традиционные и высокоэффективные формы эколого-просветительской деятельности на ООПТ, причем для национальных парков, в отличие от заповедников, познавательный туризм является наиболее приоритетным направлением эколого-просветительской деятельности. В то же время для многих, но далеко не для всех государственных природных заповедников строго ограниченное, именно познавательное, а не развлекательное, тщательно регламентированное (с учетом их размеров, специфики, традиций) посещение может стать значимой формой эколого-просветительской работы. Возможность соприкоснуться с миром природы, почувствовать его и изучить способна превратить посетителей в активных сторонников ООПТ, а иногда и инвесторов. Особое значение приобретает возможность непосредственного ознакомления с заповедной природой лиц, принимающих решения в сфере федеральной и региональной политики, местного самоуправления, бизнеса. При развитии этой формы работы необходимо обеспечить максимальную сохранность охраняемых природных комплексов, в том числе путем:

- научно обоснованного выделения и организации посещаемой части территории;
- организации специально обустроенных экологических троп и маршрутов;
- оборудования экологических троп и маршрутов информационными стендами и аншлагами, установленными в правильно выбранных местах и несущими необходимую информационную и эмоциональную нагрузку;
- установления специальных правил поведения посетителей на охраняемой территории, введения ограничений на посещение отдельных участков;
- обеспечения постоянного контроля и слежения за состоянием посещаемой территории.

1. Экологические праздники и акции Экологические праздники и акции, такие как уже ставший традиционным Марш парков, а также Всемирный день охраны окружающей среды, День работников леса, различные праздники, которые связаны с традициями местного населения и могут носить достаточно выраженный природоохранный характер, детские экологические фестивали и т.п., являются весьма эффективным средством привлечения внимания людей к проблемам заповедного дела. К организации и совместному проведению подобных акций следует привлекать общественные организации, образовательные структуры, органы власти и местного самоуправления, средства массовой информации, а также потенциальных спонсоров. Для привлечения внимания общественности к проблемам ООПТ, разъяснения их роли в сохранении природы нашей страны необходимо также использовать и создавать подходящие поводы - открытие выставок живописи, скульптуры, фотографии, посвященных миру природы, представление изданий соответствующих книг и журналов, юбилейные даты заповедников и национальных парков и т.п.

2. Школьные экологические лагеря и экспедиции Школьные экологические лагеря и экологические экспедиции, непосредственно организуемые национальным парком или заповедником либо проводимые при участии их специалистов являются эффективной

формой эколого-просветительской работы. Данная деятельность позволяет вести эколого-просветительскую работу в максимально интенсивном режиме. Основная цель - привлечение детей и молодежи к природоохранной деятельности, расширение экологического кругозора, привитие им практических умений и навыков самостоятельной работы на природе.

3. Школьные лесничества и иные формы работы со школьниками В работе со школьниками также важны такие традиционные формы, как шефство заповедников и национальных парков над местными школами, организация школьных лесничеств, работа с кружками юных натуралистов, в том числе проходящими полевую практику в заповедниках и национальных парках во время школьных каникул. Две последние формы могут играть существенную роль и в части содействия профессиональной ориентации школьников. Немаловажное значение здесь играет непосредственное привлечение юннатов и членов школьных лесничеств к участию в исследовательских и заповеднорежимных мероприятиях, проводимых специалистами заповедников и национальных парков. В эколого-просветительской работе с детьми целесообразно использовать игровые формы занятий - ролевые, соревновательные, имитационные. Игровая деятельность стимулирует высокий уровень заинтересованности и эмоционального включения участников в экологическую проблематику.

4. Взаимодействие с учительским корпусом и органами образования Эффективность эколого-просветительской работы в государственных природных заповедниках и национальных парках многократно усиливается, если ведется в тесном сотрудничестве с образовательными структурами, прежде всего с администрацией и педагогами местных образовательных учреждений. Семинары для школьных учителей, организаторов дополнительного образования, круглые столы по актуальным вопросам эколого-просветительской работы с детьми, разработка и реализация совместных эколого-просветительских проектов и мероприятий. В ряде случаев национальный парк или заповедник могут проводить в школах природоохранные факультативные занятия или способствовать организации на базе местной общеобразовательной школы экологической школы как комплексной формы ведения эколого-просветительской работы, позволяющей интегрировать другие формы занятий.

5. Для эффективной эколого-просветительской деятельности в национальных парках и заповедниках целесообразно формировать специальные структурные подразделения, функционирующие как в самих заповедниках и национальных парках, так и в структуре федеральных органов управления этими учреждениями.

В государственных заповедниках и национальных парках формируются специальные эколого-просветительские отделы (сектора, постоянные рабочие группы). В этот отдел могут входить главные специалисты, инженеры и методисты по эколого-просветительской работе, экскурсоводы, непосредственно ведущие работу с посетителями, этнографы, художники и ряд других специалистов.

Заповедники и национальные парки могут эффективно сотрудничать со специализированными общественными структурами, в том числе созданными под эгидой ООПТ для содействия эколого-просветительской работе.

Для проведения эколого-просветительской работы заповедниками и национальными парками требуются специально подготовленные высококвалифицированные кадры. Наиболее целесообразно готовить таких специалистов из числа сотрудников национальных парков и заповедников, проявивших себя в области соответствующей деятельности.

Подготовка специалистов данного профиля по заказу заповедников и национальных парков может быть организована в системе высшего дополнительного профессионального образования. Важнейшую роль в подготовке эколого-просветительских кадров может играть и система курсов повышения квалификации, учебных семинаров и стажировок.

Рост профессионального мастерства специалистов обеспечивается также в процессе организованного обмена опытом между сотрудниками различных заповедников и

национальных парков, в том числе и на специальных семинарах, во время стажировок на базе лучших отечественных и зарубежных природных резерватов.

Для методического обеспечения эколого-просветительской деятельности национальных парков и заповедников необходимо привлекать научных работников, стимулировать подготовку диссертаций в данной области, издавать соответствующую научно-методическую литературу.

Согласно Федеральному закону "Об особо охраняемых природных территориях" основным источником обеспечения эколого-просветительской деятельности государственных природных заповедников и национальных парков является федеральный бюджет.

Следует иметь в виду, что Федеральная целевая программа государственной поддержки государственных природных заповедников и национальных парков на период до 2000 года, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 10.10.95 г. №1032, в качестве источника финансирования эколого-просветительской деятельности заповедников и национальных парков рассматривает исключительно бюджеты субъектов Российской Федерации, поскольку эколого-просветительская функция ООПТ проявляется в первую очередь на региональном уровне.

Важную роль в решении данной проблемы может играть привлечение средств региональных государственных экологических фондов, которым постановлением Правительства Российской Федерации от 03.11.94 г. №1208 "О мерах по улучшению экологического образования населения" рекомендовано направлять до 10 процентов своих средств на реализацию программ развития экологического образования.

Принимая во внимание социальную значимость эколого-просветительской работы в современном мире, представляется правомерным и необходимым также широкое привлечение внебюджетных средств для всестороннего развития этой деятельности. Необходимо проводить целенаправленную работу по привлечению средств отечественных, зарубежных и международных благотворительных фондов и организаций (Всемирный фонд дикой природы, Глобальный экологический фонд, Фонд Д. и К. Макартуров, Международный фонд покровительства животным и др.), а также коммерческих структур и частных лиц. Кроме того, на развитие этой работы следует направлять и часть средств, получаемых заповедниками и национальными парками от собственной деятельности.

На первом этапе реализации данной Концепции целесообразно сосредоточиться на создании необходимого организационно-материального обеспечения эколого-просветительской деятельности - организации эколого-просветительских отделов, визит-центров, экологических троп, издания буклетов, выпуске иной информационно-рекламной продукции и т.д. Важнейшей проблемой данного этапа является подготовка соответствующих специалистов.

На втором этапе государственным природным заповедникам и национальным паркам необходимо уделять особое внимание постоянному развитию и укреплению своей методической базы для проведения эффективной эколого-просветительской работы на современном уровне - аккумулировать соответствующий отечественный и зарубежный опыт, разрабатывать собственные методические материалы с учетом специфических местных условий. Необходимо создание единого информационного пространства, обеспечивающего оперативный обмен эколого-просветительской информацией как внутри системы ООПТ, так и между всеми заинтересованными лицами.

На третьем этапе реализация Концепции обеспечивается систематической целенаправленной работой специалистов ООПТ с местным населением и посетителями, развитием тесного сотрудничества с образовательными учреждениями, органами государственной власти и местного самоуправления, неправительственными организациями, средствами массовой информации, другими заинтересованными организациями.

Учитывая реалии нынешнего периода развития страны, данная Концепция рассчитана как на ближайшую, так и на дальнюю перспективу. Ее практическая реализация

зависит, прежде всего, от воли, настойчивости и таланта людей, которым не безразлична судьба российской природы. При консолидации государственных и общественных усилий, объединении профессионального и человеческого потенциала активистов экологического движения есть все основания рассчитывать, что государственные природные заповедники и национальные парки сумеют приобрести широкую поддержку населения. Это, в свою очередь, станет гарантом их успешной деятельности по сохранению природного наследия, биологического и ландшафтного разнообразия.

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите основные направления деятельности государственных природных заповедников
2. В чем заключаются взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью?
3. Что такое экотуристский кластер?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6.1. Организация мирового эколого-туристского сообщества

3. Цели занятия.

-изучить организации мирового эколого-туристского сообщества.

-изучить основные тенденции развития экотуризма.

-сформировать представление о связи демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организация мирового эколого-туристского сообщества.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Экологический туризм в Европе.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Агротуризм в Италии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Национальные парки Финляндии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	--	---

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Большая работа по продвижению идей экологического туризма в мире была проведена ВТО в 2001-2002 гг. – в период подготовки и проведения Международного года экологического туризма. Основная задача – повысить информированность государственных властей, частного сектора, гражданского общества и потребителей относительно потенциала экотуризма в следующих областях: улучшение охраны природного и культурного наследия, повышение уровня жизни местных сообществ в сельских районах и зонах, примыкающих к охраняемым территориям, стимулирование познания и бережного отношения к природе, культуре коренных народов и к биологическому и культурному разнообразию.

Отделом устойчивого развития ВТО была проведена серия международных мероприятий. Были созданы комитеты по экотуризму. 41 государство. Проведены региональные конференции ВТО. Приняло участие – 2000 человек, представлено 200 прикладных исследований.

19-22 мая 2002 г. под эгидой ЮНЕП и ВТО состоялся Всемирный саммит по экологическому туризму в Квебеке (Канада) при участии свыше 1100 представителей из 132 стран мира. Участники саммита выработали ряд рекомендаций правительствам, представителям частного бизнеса, межправительственным и общественным организациям, исследовательским институтам, международным финансовым учреждениям, местным сообществам для развития экотуризма в контексте его устойчивого развития<sup>3</sup>.

В перспективе деятельность ВТО по развитию экотуризма будет направлена на:

- распространение методов и приемов планирования, управления, регулирования и мониторинга экотуризма для обеспечения его долгосрочной устойчивости;
- расширение возможностей для эффективного маркетинга и продвижения экотуристских направлений и продуктов на международных рынках;
- содействие распространению положительного опыта в сфере экотуризма и минимальных стандартов качества, а также авторитетных и сопоставимых систем сертификации для поставщиков экотуристских продуктов и услуг.

В результате ВТО подготовлены специальные публикации:

- *Compilation of Good Practices in the Sustainable Development of Ecotourism* (сборник положительных практик по устойчивому развитию экотуризма): 55 прикладных исследований из 39 стран (Россия, Польша, Кыргызстан и др.)

- *Ecotourism Market Study Series* (Серия исследований рынка экотуризма): семь докладов по основным европейским и североамериканским выездным рынкам экотуризма.

- *Guidelines for the Sustainable Development and Management of Tourism in National Parks and Protected Areas* (руководство по устойчивому развитию и управлению туризмом в национальных парках на охраняемых территориях).

Согласованность экотуристской политики на межгосударственном уровне достигается через деятельность региональных туристских организаций и специальных органов межгосударственных объединений.

Так, например, туристская политика понимается не как локальная узкоотраслевая задача, а как множество задач комплексного характера, вытекающих из различных аспектов союзной политики, например, таких как экологическая политика, региональная политика, политика по отношению к малым и средним предприятиям и т. п.<sup>5</sup> Цель европейской региональной политики не только заключается в создании на территории Союза равных условий жизни и труда, но и тесно переплетается с поддержкой туристской индустрии и туристских регионов. Для поддержки туристской индустрии применяются такие финансовые

инструменты региональной политики, как дотации из европейских фондов и займы Европейского инвестиционного банка. В рамках данной политики в последние годы все большее внимание уделяется развитию экотуризма в туристских регионах. Этим объясняется и широкая инвестиционная поддержка экотуризма в странах Евросоюза.

К важнейшим финансовым инструментам, способствующим развитию экотуризма в странах ЕС, можно отнести следующие структурные фонды:

- Европейский фонд регионального развития,
- Европейский социальный фонд,
- Европейский фонд ориентации и гарантии сельского хозяйства.

Европейский фонд регионального развития выделяет средства на финансирование строительства и реконструкцию объектов экотуристской инфраструктуры, на освоение эндогенного потенциала регионов, в том числе в форме природных и культурных ценностей.

Европейский социальный фонд оказывает финансовую поддержку в организации обучения и повышения квалификации персонала, задействованного в экотуризме. Особое внимание уделяется привлечению молодежи из сельской местности в производство услуг экотуризма.

В ряде стран Центральной и Восточной Европы, вошедших в состав Союза, большинство сельскохозяйственных регионов считаются структурно слабыми. По этим причинам Европейский фонд ориентации и гарантии сельского хозяйства выделяет средства на развитие одного из наиболее популярных направлений экотуризма – агротуризма. Целью такой политики является оказание помощи занятым в сельскохозяйственном производстве в поиске дополнительных рабочих мест и источников дохода. Агротуризм рассматривается также и в качестве фактора общественно-экономической активизации сельских районов с учетом расширяющейся урбанизации и старения населения. Из средств Европейского фонда ориентации и гарантии сельского хозяйства также финансируется создание ООПТ, развитие в них экотуристской инфраструктуры и проведение природоохранных мероприятий.

Европейский банк реконструкции и развития стал первым международным финансовым институтом, закрепившим в своем уставе в качестве приоритетных задач оказание помощи странам в формировании экологической политики, содействие применению рыночных методов в управлении национальными экологическими программами; организацию и поддержку специальных исследований и программ по экологическому образованию населения.

Европейский инвестиционный банк оказывает поддержку кредитами и займами инвестиционным проектам структурно слабых регионов. Направляемая им финансовая помощь используется для развития инфраструктуры экотуризма (строительство малых и средних отелей, кемпингов с применением новых экотехнологий).

Постоянно действующий финансовый инструмент туристской политики в странах Союза дополняется инициативными программами ЕС. К инструментам этой группы относятся:

- ENVIREG – программа, реализуемая с целью улучшения состояния окружающей среды в туристских регионах;
- INTERREG – программа поддержки сотрудничества приграничных регионов, особенно в сфере агротуризма, охраны окружающей среды и создания природных парков на приграничной территории.

Координация политики в области экотуризма на национальном и региональном уровнях осуществляется через специально созданные государственные органы, общественные туристские организации и институты.

В 2001 г. учреждена Российская ассоциация экологического туризма (АЭТ) и при финансовой поддержки USAID и WWF, в создании которой приняли участие Национальное географическое общество, Российская ассоциация туристических агентств, Фонд «Дерсу Узала», туристический журнал «Вояж», «Центр Экологических Путешествий», Ассоциация

заповедников и национальных природных парков Северо-Запада России, Ассоциация енисейских заповедников и национальных парков, Ассоциация особо охраняемых природных территорий Центрального Черноземья, заповедники «Комсомольский», «Хинганский», «Большехехцирский», «Саяно-Шушенский» и другие организации.

Идея создания Ассоциации Экологического Туризма была поддержана Министерством Природных Ресурсов РФ. Среди учредителей Ассоциации - Российский Союз Туриндустрии (Российская Ассоциация Туристических Агентств).

Миссия Ассоциации: содействие продвижению международных принципов устойчивого и экологического туризма в России, развитие экологического туризма в системе российских особо охраняемых природных территорий, реализация проектов по сохранению культурного и природного наследия страны.

Первоочередные задачи Ассоциации Экологического Туризма – создание в России информационного пространства, призванного пропагандировать, широко распространять и содействовать внедрению в практику мирового опыта развития экологического туризма.

Задачами Ассоциации являются:

- Оказание консультаций при разработке стратегий и бизнес планов развития экологического и устойчивого туризма для российских особо охраняемых природных территорий, региональных администраций и местного населения.

- Организация мероприятий по маркетингу, рекламе и продвижению программ и маршрутов экологического туризма в России и за рубежом.

- Организация тренингов и семинаров по вопросам развития экологического туризма.

Фонд развития экотуризма «ДЕРСУ УЗАЛА» – российская неправительственная организация, созданная в 1998 г. в рамках природоохранных проектов Американского Агентства международного развития (USAID) и Всемирного Фонда дикой природы (WWF) при поддержке Российского отделения Международного Союза охраны природы (МСОП) и Центра делового сотрудничества Корпуса граждан за демократию (CSD).

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите что вы знаете о развитии агротуризма в Италии
2. Какие экомаршруты предлагаются туристам в национальных парках Финляндии?
3. Расскажите о развитии экотуризма в США. Какие национальные парки в США Вы знаете?
4. В чем заключаются преимущества Канады по сравнению с США в развитии экотуризма?
5. Каковы особенности экотуризма на Кипре?
6. Какие страны Африки активно развивают экологический туризм?
7. Чем привлекательны для экотуристов всего мира страны Африки?
8. Какие экомаршруты Вы знаете в Китае?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6.2. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.

3. Цели занятия.

-изучить организации мирового эколого-туристского сообщества.

-изучить основные тенденции развития экотуризма.

-сформировать представление о связи демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные тенденции развития экотуризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Связь демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Механизмы воздействия туризма на окружающую среду и их география в западноевропейских странах, в странах Африки, на приморских курортах.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В наше время появление и развитие экологического туризма, можно сказать, связано со стремлением человека свести к минимуму изменения окружающей среды. Экологический туризм - это самый важный сектор туристской сферы, которая направлена в первую очередь на общение с природой, познание ее объектов и явлений, активный отдых. При этом обычные развлечения, также комфорт отходят на второй план.

Потребность в общении с природой у человека была всегда, потому, что мы тесно связаны с природой. Но если в первые периоды истории девственная природа была неотъемлемым элементом его жизни, то в последующем она постепенно редуцировалась, теряя свою первозданность. Современный человек, отдаляясь от нашей природы, все же стремится хочет замедлить, а иногда и остановить это неизбежный процесс техногенеза. Поэтому именно во второй половине 20 столетия, одновременно с формированием общества потребления и проявлением глобальных экологических проблем возникает экологический туризм.

Повышение экологической культуры участников экотуристской деятельности также осуществляется по нескольким направлениям. Население рекреационных территорий, которая вовлечена в туристский процесс и получающая от него экономические преимущества, осознает, что природа, привлекающая туристов, должна больше всего сохраняться, так как именно она и есть основная ценность территории - источник их собственного дохода. Туристы, которые участвуют в экологических турах, - это, в любом случае, люди, не безразличные к экологическим проблемам, однако и они повышают уровень экологической

грамотности путем получения информации, которую предоставляют им организаторы и исполнители эколого-туристских программ. Сейчас экотуризм является популярным и приветствуется среди людей, которые любят отдыхать вдали от шумного города. Создавая туристический бизнес, в первую очередь надо учесть комфорт и безопасность путешествий.

Сохраняя этнографический статус рекреационной территории, можно привлечь людей из разных стран. Последний из принципов, составляющих основу экологического туризма - это бережное отношение к культуре и обычаям народов, проживающих в тех регионах, где проводятся экологические туры. Нынче люди устали от обычных развлекательных туров. Самое интересное - это традиционная культура и национальный колорит в последние десятилетия все больше привлекают к себе внимание путешественников, однако организация этнографического туризма или включение этнографической компоненты в экологические туры должны быть организованы не менее четко и грамотно, чем рекреационная деятельность, использующая природные ресурсы. Традиционная культура местных сообществ, сталкивающихся с массовым туризмом, оказывается к ним еще менее устойчивой, чем природа. Содействие в сохранении этнографического разнообразия планеты является одной из важнейших установок экологического туризма. «Экологический туризм – это посещение уникальных природных территорий, мало затронутых хозяйственной деятельностью, сохранивших традиционный уклад, жизни местного населения; это повышение уровня экологической культуры всех участников туристского процесса и повышение жизненного уровня местного населения, соблюдение природоохранных норм и технологий при выполнении экологических туров и программ».

Вот лишь несколько причин столь активного развития экотуризма:

1. На сегодняшний день практически во всех регионах мира насущной задачей является сохранение благоприятной окружающей среды.

2. Люди по причинам урбанизации, индустриализации стали испытывать возрастающую потребность в общении с природой.

Данное время тенденции развития экологического туризма определены Всемирной Туристской Организацией (ВТО). По прогнозам этой организации экологический туризм входит в число пяти основных стратегических направлений развития на период до 2020 года.

Согласно экспертным оценкам количество населения, озабоченного состоянием природы, растет. Экологическое неблагополучие вырабатывает у одних людей потребность изменить собственное отношение к природе, у других – активно участвовать в ее защите и сохранении, у третьих – самых сознательных – в восстановлении. Некоторая часть людей, не ограничиваясь собственными усилиями, стремится привлечь к своей активной деятельности сторонников. Сейчас мы видим, что население больших городов начали стремительно бережно относиться к природе, больше благоустраивают своими руками, постоянно озеленяют.

Позитивные экономические последствия развития экологического туризма для ООПТ страны будут сопровождаться ростом их имиджа как объектов, которые обеспечивают занятость и дающих заработок местному населению. Финансовые поступления от туризма позволяют ООПТ эффективнее выполнять свою целевую задачу – охранять природу. Скудное финансирование ООПТ, характерное для последнего десятилетия, не обеспечивает им возможность реализовать самые необходимые природоохранные мероприятия, такие как защита территории от браконьерской охоты, порубок, превышения хозяйственного использования территории, загрязнения среды промышленными и сельскохозяйственными предприятиями. Финансовые поступления от эколого-туристской деятельности помогут сохранить профессиональные кадры, обеспечить сохранность территории от избыточной хозяйственной деятельности, повысить статус охраняемых природных территорий в региональных управленческих структурах, обеспечить достойную жизнь их сотрудникам. В свою очередь стремление сохранять природу как источник материального благополучия будет способствовать повышению экологической культуры населения».

Современное устойчивое развитие территорий, вовлеченных в сферу экологического туризма, обеспечивается созданием туристской инфраструктуры, тем самым организуют новые рабочие места, которые вовлекают местное население в сферу обслуживания, вследствие чего повышается жизненный уровень местного населения, происходит его закрепление на исконной территории. Природоохранный характер экотуризма заключается в обязательном сохранении разнообразия флоры и фауны рекреационных регионов. Для достижения этой цели используются природоохранные технологии, выработанные практикой экологического туризма, а также научные рекомендации фундаментальной и прикладной науки. Большую роль в охране и восстановлении рекреационных территорий играют финансы, поступающие от туристов и выделяемые различными федеральными, региональными, частными, а также международными организациями.

Вопросы к обсуждению:

1. Расскажите об основных тенденциях развития экотуризма?
2. В чем заключается роль стандоноров и странрецепторов в туризме?
3. Назовите страны и регионы, имеющие наилучшие шансы противостоять негативным последствиям глобализации туризма?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

#### РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Тема 7.1. Российские правовые основы охраны природы в туризме

1. Цели занятия.

-изучить российские правовые основы охраны природы в туризме.

-изучить основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

-сформировать наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма.

-изучить положение России на мировом эколого-туристском рынке.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Российские правовые основы охраны природы в туризме.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Заповедники Республики Карелии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные категории системы ООПТ России и экотуризм.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
4	Наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В процессе осуществления той или иной деятельности человек может оказывать и оказывает отрицательное воздействие на окружающую природную среду, в результате чего уменьшаются не восполняемые природные ресурсы, ухудшаются условия жизни людей. Решения, возникающие в результате взаимодействия общества и окружающей природной среды (экологические отношения), регулируются отдельной отраслью права — экологическим правом. Часть этих отношений — отношения по использованию обществом природных ресурсов (право природопользования), другая часть — отношения по охране окружающей природной среды (природоохранительное право).

При регулировании экологических отношений в сфере экологического туризма используются известные методы правового регулирования общественных отношений. В первую очередь это административно-правовой метод регулирования общественных отношений, основанный на подчинении одной стороны другой, т.е. одна сторона, наделенная властью (соответствующий орган государственного управления), в одностороннем порядке устанавливая правила поведения, обязательные для другой стороны. Применительно к охране окружающей природной среды это установление предельно допустимых концентраций (ПДК) веществ и, загрязняющих окружающую среду, лицензирование отдельных видов деятельности, оказывающих на нее воздействие.

Другим широко используемым методом правового регулирования экологических отношений является гражданско-правовой метод, при котором участвующие в правоотношении лица занимают по отношению друг к другу равное, а не подчиненное положение. Наиболее полно этот метод проявляется при заключении таких договоров, как договор аренды земельного участка, аренды участка лесного фонда, договор пользования водным объектом и т.п.

Уголовно-правовой метод, устанавливающий под страхом уголовного преследования ряд запретов на совершение действий, наносящих вред окружающей природной среде или здоровью человека, используется также при регулировании экологических отношений.

Источником экологического права в сфере экологического туризма, обладающим высшей юридической силой, является Конституция Российской Федерации, установившая, что природные ресурсы, включая землю, используются и охраняются в России как основа жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории. Другим важным конституционным положением является то, что каждый человек имеет право на благоприятную окружающую среду, достоверную информацию о ее состоянии и на возмещение ущерба, причиненного его здоровью или имуществу экологическим правонарушением. В то же время Конституция РФ (ст. 58) устанавливает и обязанность каждого сохранять природу и окружающую природную среду, бережно относиться к природным богатствам.

Источником экологического права являются также Указы Президента РФ и постановления Правительства РФ.

В пределах своей компетенции издают нормативные акты по охране окружающей среды специально уполномоченные государственные органы в области охраны окружающей природной среды.

Определенной компетенцией в регулировании экологических отношений обладают законодательные и исполнительные органы субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления.

Основными принципами экологического права являются:

- приоритет охраны жизни и здоровья человека;
- обеспечение благоприятных условий для жизни, труда и отдыха населения;
- научно обоснованное сочетание экологических и экономических интересов общества;
- рациональное использование природных ресурсов;
- неотвратимость наступления ответственности за экологические правонарушения;
- гласность в работе с общественными организациями и населением в решении природоохранительных задач;
- международное сотрудничество и охране окружающей природной среды<sup>69</sup>.

Закон «Об охране окружающей природной среды» (ст. 4) перечисляет и объекты охраны окружающей природной среды: естественные экологические системы, озоновый слой атмосферы; земля, ее недра, поверхностные и подземные воды, атмосферный воздух, леса и иная растительность, животный мир, микроорганизмы, генетический фонд, природные ландшафты; государственные природные заповедники, природные заказники, национальные природные парки, памятники природы, редкие или находящиеся под угрозой исчезновения виды растений и животных и места их обитания.

Сведения об этих и других природных объектах включаются в государственные кадастры, составление и ведение которых возложено на соответствующие государственные органы. Так, ведение государственного земельного кадастра осуществляется Государственным комитетом РФ по земельным ресурсам и землеустройству, государственного лесного кадастра Федеральной службой лесного хозяйства.

Государственный кадастр представляет собой свод сведений экологического и экономического характера об объектах, а также сведения о собственниках, пользователях и других субъектах прав в отношении этих объектов.

Право служит важным фактором обеспечения надлежащей окружающей среды. Оно призвано придавать отношениям общества и природы юридический, "законный" характер. Роль правового регулирования не стоит ни преувеличивать, ни преуменьшать: с одной стороны, воля государства и общества не может перепрыгнуть через экономические отношения, через уровень развития техники, науки, переломить характер интеграционных и иных связей между странами; с другой стороны, правовые нормы способны упорядочивать общественные отношения, придавать им категорический, "письменный" характер.

Характерной чертой экологической ситуации в мире в настоящее время является ее межнациональный характер. При этом для России в международном плане приоритетное значение имеют:

- разработка мер по предотвращению опасного воздействия глобальных и трансграничных экологических процессов;
- активное участие России в разработке международных мер, способствующих уменьшению техногенного воздействия на биосферу;
- обеспечение экологических интересов России при проведении внешнеэкономической деятельности.

Признавая приоритет норм международного права в охране и использовании природных богатств, российская экологическая концепция исходит из необходимости создания особого надгосударственного международного органа, который следует наделить властными полномочиями для осуществления контроля за состоянием народонаселения во всех странах мира и решения других планетарных экологических проблем<sup>70</sup>.

Можно выделить несколько основных положений механизма реализации экологической концепции России:

1. Постоянное и неуклонное увеличение доли средств государственного бюджета, направляемых на охрану окружающей среды и природных ресурсов, что способствует повышению уровня устойчивости экосистем природных зон России и обеспечивает людям, социальным группам и обществу в целом право на проживание в чистой природной среде.

2. Поэтапное формирование экологического механизма защиты окружающей среды и природных ресурсов, обеспечивающего устойчивое их воспроизводство.

3. Поэтапное формирование нормативно-правового механизма, соотносящего развитие всех сфер общественного производства, его отраслей, отдельных предприятий и всех членов общества с реальным состоянием природных ресурсов и условиями окружающей среды.

4. Решение вопросов рационального использования природных ресурсов и охраны окружающей среды на основе широкой информированности населения о состоянии природы, экономики, здравоохранения при организующей деятельности всех органов государственной власти и общественных организаций<sup>71</sup>.

Экологическая концепция в сфере экологического туризма совершенствуется с изменением законодательства, при этом важно, чтобы адекватно происходила и экологизация хозяйственной и иной деятельности России. Предприятия всех форм собственности обязаны принимать меры, гарантирующие безопасность окружающей среды. Намечено создание постоянно обновляемых экологических карт в стране.

Наряду с совершенствованием законодательства создается система природоохранительных прокуратур.

Право начинается и не может начинаться с принятия законодательства — совокупности обязательных установлений, обеспечиваемых авторитетом и государственным аппаратом исполнения. Однако действие права с этого только начинает свой путь, далее следуют оперативно-исполнительная деятельность общества и государства, направленная на организацию применения законов. Завершает функционирование правовой системы правоохрана, применение и наложение мер ответственности за нарушения правовых норм.

Понимание действия стадий и элементов правовой системы дает представление о взаимосвязи частей правового механизма, сильных и слабых его сторонах в области охраны окружающей среды. Здесь много общего у стран — членов СНГ, составлявших столетия единое правовое пространство, имеющих в этой области общественных отношений общие сильные и слабые стороны. В то же время исторические особенности и постсоветское развитие предполагают и некоторые особенности, заслуживающие изучения, анализа, сопоставления. Отсутствие государственно-административных границ в окружающей среде означает необходимость и целесообразность обобщения правового опыта в сфере экологии.

Основополагающие экологические положения и принципы закрепляются, как правило, в конституциях — основных законах стран — членов СНГ, где провозглашаются права граждан на благоприятную окружающую среду, меры государства по ее обеспечению. В странах — членах СНГ приняты так называемые рамочные законы об охране окружающей природной среды (одним из первых такой закон принят в Казахстане). В них отражаются объекты и субъекты охраны, основные звенья экономического и экологического механизма, экологические требования при проектировании, строительстве, введении в эксплуатацию и эксплуатации хозяйственных и иных объектов, порядок регулирования чрезвычайных экологических зон, осуществления экологического контроля, разрешения споров о природопользовании и применения ответственности. В ряде стран приняты законы о государственной экологической экспертизе (Беларусь), об особо охраняемых природных территориях и объектах (Украина).

Указанные основополагающие законы развиваются и детализируются в ряде других нормативных актов, посвященных государственному экологическому контролю, системе специально уполномоченных государственных органов в области охраны окружающей природной среды, проблемам обеспечения экологической безопасности (Ассамблеей стран — членов СНГ принят соответствующие рекомендательные акты). Природоохранные нормы

содержатся в природоресурсных законах — о земле, ее недрах, водах, лесах, животном мире, атмосферном воздухе<sup>72</sup>.

Активно происходит экологизация других отраслей законодательства. Административное законодательство пополняется нормами об административной ответственности за загрязнение окружающей среды — как путем дополнения административных кодексов, так и путем принятия самостоятельных актов, включения соответствующих административных норм в экологические законы. Законодательство о банкротстве предполагает учет экологических факторов при оценке положения предприятия; законодательство о коммерческой тайне включает экологические сведения в перечень не подлежащих сокрытию; законодательство о внешней торговле имеет в виду экологические требования к ввозимой и вывозимой продукции.

Общим и главным для стран — членов СНГ является провозглашение в той или иной степени реформирования общества, перевод общенародной собственности на природные ресурсы в иные формы владения и распоряжения ими, провозглашение (в той или иной степени) рыночной экономики. Либерализация использования собственности сопровождается достаточным количеством требований к воздействию на окружающую среду, к ее охране.

На этой, как на других стадиях функционирования правовой системы, немаловажно участие общественности — следующий важнейший общий фактор нашего правового поля.

Вопросы к обсуждению:

1. Какие проблемы существуют в российской экологическом туризме в настоящее время и пути их преодоления?
2. Какие ООПТ существуют в Ярославской области? Где они находятся?
3. Охарактеризуйте условия и возможности для развития экотуризма в Северо-Западном регионе РФ.
4. Какими природными достопримечательностями обладает национальный парк «Плещеево озеро»?
5. Что предпринимается в национальном парке «Плещеево озеро» для развития регулируемого туризма? Какие для этого есть условия?
6. Что Вы знаете о природном богатстве Дарвинского заповедника? В чем его уникальность?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ И ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

## РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Тема 7.2. Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке

3. Цели занятия.

- изучить российские правовые основы охраны природы в туризме.
- изучить основные категории системы ООПТ России и экотуризм.
- сформировать наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма.
- изучить положение России на мировом эколого-туристском рынке.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Положение России на мировом эколого-туристском	Информационная лекция

	рынке.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Формы экотуризма, получившие наибольшее развитие в России.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Изменение политических и экономических условий, характерное для России последнего десятилетия, не могли не отразиться на такой области международного сотрудничества, как туристские обмены. Однако въездной и выездной туристские потоки оказались диаметрально противоположными: граждане нашей страны устремились в открывшийся для них внешний мир, тогда как иностранцы реагируют на появившиеся возможности посещения нашей страны гораздо более осторожно. К сожалению, эта ситуация продолжает сохраняться, и даже имеет тенденции к росту. Так, по данным, приведенным в Пояснительной записке к проекту Федерального закона «О туризме» (19.06.02), состояние платежного баланса по статье «Поездки» за 2000 г. (в сравнении с аналогичным периодом 1999 г.) определялось следующими показателями: экспорт услуг увеличился с 3734 млн долл. (1999) до 3839 млн долл. США (2000) (увеличение на 3%), импорт услуг - с 6834 млн долл. (1999) до 10 224 млн долл. США (2000) (увеличение на 50%). Консолидированный баланс увеличился в сторону отрицательного сальдо с минус 3100 млн долл. США (1999) до минус 6385 млн долл. США (2000); увеличение составило 3285 млн долл. США. Развитие экологического туризма отечественными ООПТ - чрезвычайно важный процесс, способный оказать заметное влияние как на экономику российской глубинки, так и на активизацию деятельности по охране уникальных природных территорий страны. Именно ООПТ способны интенсифицировать развитие природно-ориентированного туризма в стране, стимулировать въездной поток, организовать его в форме экологического туризма. Для этих целей ООПТ имеют уникальную, организованную территорию, грамотный научный и административный персонал, опыт охраны и восстановления природы, тесные контакты с отечественной (фундаментальной и прикладной) наукой, зарубежные связи и контакты, охранные структуры.

Современное состояние эколо-туристской деятельности на ООПТ страны. Конкретные сведения о величине туристского потока на территории российских заповедников опубликованы В.П. Кекушевым, В.П. Сергеевым, В.Б. Степаницким. По сведениям авторов, к концу 1999 г. 76 заповедников страны (79%) определили на своей территории (в охранной зоне, на территории подконтрольных заказников и памятников природы или на сопредельной территории) экологические тропы и маршруты. Средняя протяженность этих троп и маршрутов на один заповедник составила 57 км, 22 заповедника (24%) уже имеют на своей территории обустроенные или находящиеся в процессе обустройства экологические тропы и маршруты. В 1999 г. туристские группы посетили 64 заповедника (67%), в том числе иностранные туристские группы - 47 заповедников (49%). Общее число посетителей заповедников составило свыше 140 тыс. человек, в том числе иностранцев - свыше 5 тыс. человек. Свыше 300 тыс. человек посетили рекреационный участок знаменитого заповедника «Столбы» в Красноярском крае. С эколого-туристской деятельностью неразрывно связана и работа в области музейного дела, ориентированная исключительно на посетителей заповедников. Собственные музеи природы имеются в 37 заповедниках (39%). Приведенные

данные показывают, что рекреация на территориях отечественных ООПТ находится на первых этапах развития, когда количество посетителей относительно невелико.

Вопросы к обсуждению:

1. Где и когда был организован первый экологический маршрут в России?
2. Расскажите о формах экотуризма, которые получили наибольшее развитие в России
3. Какое положение на мировом эколого-туристском рынке занимает Россия?

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

**РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Тема 8.1. Мировой опыт экологического просвещения и образования

3. Цели занятия.

-изучить мировой опыт экологического просвещения.

-изучение основных направлений и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.

-изучить эколого-просветительские программы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мировой опыт экологического просвещения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Российское законодательство об экологическом просвещении.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные направления и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Важным этапом в развитии экологического образования в мире стала первая Межправительственная конференция по образованию в области окружающей среды, созванная ЮНЕСКО совместно с ЮНЕП (Программа ООН по окружающей среде) осенью 1977г. в Тбилиси. На ней была принята всеобъемлющая стратегия развития образования в области окружающей среды на национальном уровне, а также выработала более 40

конкретных рекомендаций по совершенствованию экологического (природоохранительного) просвещения, применительно к разным стадиям образования и разным категориям населения. Международное сотрудничество в области экологического образования было продолжено на конференциях в Найроби (1982г.), Бече (1983г.), Москве (1987г.) и др. Все проводимые конференции свидетельствуют о том, что значительным фактором решения экологических проблем должно стать глобальное воспитание, предусматривающее постановку экологических вопросов в центр всех учебных программ, начиная с детских дошкольных учреждений и заканчивая вузами, подготовкой учителей и управленческого аппарата. Стратегия прогресса опирается на интеграцию всеобщего экологического образования. В вопросах о стратегии экологического образования существует проблема его методической организации. Одни специалисты считают необходимым разработать отдельный предмет «Экология», который нужно вводить в содержание образования на различных уровнях, поскольку экологическое образование не эквивалентно биологическому, географическому и др., хотя и находится в тесной взаимосвязи. Другие утверждают, что более эффективной является «экологизация» всех учебных предметов, поскольку экологические проблемы носят глобальный, междисциплинарный характер. Принципиальным является вопрос, что должно стоять в центре внимания: «природная среда» или «мир природы». Без акцентирования экологического образования на «мире природы» не возможно комплексное решение проблемы экологического кризиса. В сложившейся экологической ситуации экологическое образование становится приоритетным направлением стратегии устойчивого развития многих государств. Оно должно способствовать решению экологических проблем населением страны в быстро меняющихся условиях окружающей среды. Такое образование призвано формировать общественно-экологическое мировоззрение, правовые позиции, комплекс научных знаний, способность воплощать знания в практику, умение сотрудничать друг с другом; поднимать уровень культуры человека и общества в целом, совершенствовать моральные качества людей. Так, основополагающими принципами экологического образования в области охраны окружающей среды в рекомендациях международных организаций и конференций определены: - приоритет социальных аспектов экологических проблем; - анализ естественной и созданной человеком окружающей среды; - междисциплинарность; - требование информированности и знаний; - значение навыков, отношений, ценностей и желания участвовать в принятии решений, направленных на улучшение качества окружающей среды. Приоритетными в экологическом образовании являются занятия на природе, выделение специальных проектных дней и недель, разработка экологических игр, в основе которых лежит стремление пробудить целостное эмоциональное восприятие природы. Таким образом, проведя ретроспективный анализ проблемы экологического образования в различных странах, можно отметить, что на данном этапе существуют различные взгляды в ориентации экологического образования в аспекте приоритета формирования тех или иных подструктур экологического сознания. Первая тенденция характеризуется на формировании экологических представлений через экологическое просвещение населения, через усвоение экологических знаний. Вторая тенденция характеризуется ориентацией на формирование экологических отношений. Третья тенденция характеризуется ориентацией на формирование подструктуры стратегий и технологий, человек должен уметь решать экологические проблемы в процессе практической деятельности. Также следует выделить различия в тенденциях экологического образования в сильно индустриализированных и менее экономически развитых странах. Так, молодые люди практически не представляют жизни вне городов: природа как таковая занимает очень мало места в их жизни. Соответственно, стали создаваться специфические программы, занимающиеся обучением на природе, где дети узнают как пахнет трава и что под пеньками есть специфическая жизнь насекомых и простейших. Здесь упор идет больше на прочувствование и ощущение, нежели на специфические биологические, географические или экологические знания. Это не касается подготовки специалистов естественников. Здесь большой упор делается на знания и практическую работу. Еще один компонент

экополитический, где управленцев различных уровней учат принимать эколого-сбалансированные решения, учитывающие систему экологических рисков. В некоторых странах науки об окружающей среде включают в себя не только понятия об охране природы, но и об охране исторического наследия (Hysterical preservation). Другая особенность экологического образования — это существование научных лабораторий на базе университетов, наличие механизмов реализации научных идей и их разработок в жизнь. На базе работающего экологического законодательства, привлечение студентов к исследованиям и современным достижениям экологической науки. Например, разработаны специальные экологические программы, предусматривающие информирование, обучение и совместные действия по охране окружающей среды таких групп населения, как потребители, производители, политики, государственные служащие, исследователи, которые направлены на улучшение экологической обстановки. В России проблемы экологического просвещения начали подниматься еще в начале XX в. Экологическое образование получило развитие в конце 60-х годов, при этом последовательно осуществлялся переход от просвещения в области проблем окружающей среды к природоохранной деятельности, шло интенсивное накопление опыта. В 90-е годы в Российской Федерации принят ряд нормативно-правовых документов по охране окружающей среды и обеспечению устойчивого развития, в которых в качестве одного из приоритетных направлений решения экологических проблем определены экологическое образование, просвещение и воспитание населения. Разработаны комплексные программы экологического образования населения почти в половине республик, краев, областей и других территорий России. В Республике Алтай, Республике Калмыкия, Удмуртской Республике, Свердловской, Магаданской областях, Агинском Бурятском, Коми-Пермяцком, Эвенкийском, Ханты-Мансийском автономных округах на экологическое образование и просвещение расходуется свыше 10 % средств от общих расходов экологических фондов. Ведутся научные исследования в области экологического образования. Появились разнообразные авторские программы, создаются базовые (экспериментальные) образовательные учреждения с экологической специализацией. Увеличиваются объемы подготовки специалистов-экологов с высшим и средним профессиональным образованием, растет число организаций, получивших лицензию на повышение квалификации и профессиональную подготовку кадров природоохранных органов, предприятий и организаций. Состояние экологического образования в нашей Приднестровской Молдавской Республике не совсем соответствует требованиям времени, в связи с тем, что финансирование экологического образования крайне недостаточно и, как правило, не имеет адресной направленности. Отсутствует должная взаимосвязь в деятельности государственных структур и неправительственных организаций по управлению экологическим образованием, просвещением и воспитанием населения. Развитие экологического образования в Приднестровье осуществляется в основном отдельными организациями, учебными заведениями, исследовательскими группами в инициативном порядке. Все это свидетельствует о том, что в Приднестровье требуется новый подход к экологическому образованию населения всех возрастов, осознанию его приоритетной роли в решении вопросов охраны окружающей среды. Первые шаги в данном направлении были сделаны в 1994 году, в связи с принятием Закона «Об охране окружающей среды». Данный закон был пересмотрен и дополнен в 2009 году и существенные изменения и дополнения были внесены в раздел «Воспитание, образование и научные исследования в области охраны окружающей природной среды». В целях повышения экологической культуры Приднестровского населения и профессиональной подготовки специалистов устанавливается система всеобщего, комплексного и непрерывного экологического воспитания и образования, профессиональной подготовки специалистов в средних и высших учебных заведениях, повышение их квалификации с использованием при этом средств массовой информации. Экологическое образование подрастающего поколения, как часть педагогического процесса, находит отражение в учебных курсах университетов по естествознанию, землеведению, в школьных

экологических проектах, в детских и юношеских кружках и т. п. Таким образом, главной целью экологического образования любого государства является формирование у учащейся молодежи и общества в целом экологического мировоззрения на основе единства научных и практических знаний ответственного и положительного эмоционально-ценностного отношения к своему здоровью, окружающей среде, улучшению качества жизни, социально-политической и экологической стабильности государств, их национальной безопасности. В современном мире экологическое образование приобретает еще и особый социальный смысл, поскольку возникло понимание того, что без преодоления только потребительского отношения к природе не решить экологических проблем, не уберечь общество от физической и духовной деградации. Соответственно необходим переход к экологизации экономики и производства, экологически ориентированной цивилизации, что обуславливает формирование системы знаний, построенной на единой теоретической основе и выходящей за традиционные рамки дифференцированных наук о природе. Требования такой идеологии сложнее задач охраны окружающей среды и сокращения потока загрязнений. Новая система экологических знаний должна помочь настоящим и будущим специалистам организовать человеческую деятельность в условиях жесткого экологического императива.

Вопросы к обсуждению:

1. Охарактеризуйте действующее российское законодательство об экологическом просвещении.
2. Каковы основные направления и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения?
3. Дайте оценку мировому опыту эколого-просветительской деятельности.

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема лекционного занятия.

#### РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 8.2. Отечественный опыт экологического просвещения и образования

3. Цели занятия.

-изучить мировой опыт экологического просвещения.

-изучение основных направлений и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.

-изучить эколого-просветительские программы.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Эколого-просветительские программы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Самопутводные тропы и их значение.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
3	Деятельность центров информации посетителей, функционирующих при ООПТ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Экомузей и его роль в экологическом просвещении.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В России действуют центры дополнительного экологического образования, в которых дети разных возрастов могут наблюдать и изучать аспекты взаимодействия человека и природы, погружаться в окружающее природное пространство, что обеспечивает формирование экологического мышления и сознания. Еще более эффективным способом решения этой задачи является организация детских выездных лагерей, в которых могут находиться и родители, что дает возможность совместного участия в решении насущных экологических проблем. Глядя на то, как дети относятся к окружающей среде, родители также меняют свое поведение, таким способом происходит воспитание сразу двух поколений.

В последнее десятилетие наиболее активно проявляют себя некоммерческие организации и отдельные представители гражданского общества. Можно сказать, что данные организации создают «моду на экологию».

В образовательных учреждениях основным направлением деятельности в разрезе экообразования является блок воспитания: формирование экокультуры и здорового образа жизни. Среди эффективных методов можно назвать деловые игры, занятия с использованием видеоматериалов, экскурсии, исследовательские проекты и семинары. Также весьма интересным может быть изучение краеведческой тематики с привлечением студентов к современным исследованиям и одновременной демонстрацией архивных наработок.

Большое внимание отводится вузам. Студенты должны иметь возможность получать знания о необходимости взаимодействия общества и природы, быть научно и практически подготовленными людьми в этой области. Одним из основных признаков профессионализма для многих специальностей в высшей школе является наличие экологической подготовки.

Высшая школа осуществляет подготовку кадров в области экологии и охраны окружающей среды более чем в 200 вузах Российской Федерации в бакалавриате и магистратуре по специальностям «Экология и природопользование», «Техносферная безопасность», «Природообустройство и водопользование» и другим. Однако обучение 70000 выпускников в год по экологическим специальностям не решает проблему формирования экологической культуры всего российского общества. Для этого необходимо формирование экологических компетенций у всех выпускников высшей школы, тем более что сегодня вузы могут самостоятельно утверждать список конкретных дисциплин, которые входят в образовательные программы, опирающиеся на компетентностный подход. Разработанный ФГОС является основой для разработки вузами собственных основных образовательных программ.

Прошедший недавно Год экологии в Российской Федерации способствовал проведению многих образовательных, волонтерских, просветительских мероприятий в учебных заведениях и для широкой общественности. На форумах и конференциях в разных

городах России обсуждалась важность экологического образования в стране, однако этот тезис так и не нашел полноценной поддержки на высоком уровне, как и рекомендация фиксации во ФГОС объема знаний по экологии.

Таким образом, на сегодняшний день в нашей стране уровень экологического образования и экологической культуры не отвечает требованиям действительности. Тенденции к дальнейшему развитию, безусловно, сформированы, но есть сдерживающие факторы, которые позволяют усомниться в возможности большого и скорого прогресса в этом направлении. В большинстве случаев экологическое образование развивается отдельными лицами, учебными заведениями и центрами, часто при очень малой финансовой поддержке со стороны федеральных ведомств в сфере образования и экологии. Кроме того, недоучитывается опыт зарубежных коллег, в первую очередь в областях разработки нормативно-правового обеспечения и организационных форм работы.

Здесь хочется отметить, что в странах Америки и Европы чаще говорят об образовании для устойчивого развития – понятии, близком к понятию экологического образования, однако же более широком, поскольку включает в себя связанные между собой экологические, экономические и социальные проблемы. Важно подчеркнуть, что в 1990-е годы школьное экологическое образование в нашей стране шло именно таким путем.

В ряде стран, экологическое образование реализуется через «погружение в природу»: вне зданий проводятся занятия и игры, определенные дни и недели выделяются под проекты. Основная идея состоит в пробуждении целостного эмоционального восприятия окружающей природы. В системе экологического образования в зависимости от возраста обучающихся доминируют два методических подхода: игровой (для детей начальных и средних классов) и натуралистический (для старшекласников). Что касается России, то практики экологического образования успешно развиваются в Санкт-Петербурге, Москве, Нижнем Новгороде, Кемерово, Ульяновске, Иркутске. Но есть и высокорезультативные практики малых городов, одним из которых является подмосковный наукоград Дубна. Следует подчеркнуть, что экологическое образование России несовершенно и требует большего внимания, однако существуют успешные практики учреждений дополнительного экологического образования, а также отдельных городов и высокопрофессиональных личностей и научных школ. Россия имеет большой ресурс как специалистов, так и учебных заведений, позволяющий развивать экологическое образование. Трудность заключается в механизмах внедрения системы полноценного экологического образования. И тут стоит присмотреться к международному опыту разных стран с учетом региональных составляющих. Одним из примеров сложившейся и постоянно развивающейся системы экологического образования, воспитания и просвещения служит опыт г. Дубны, который можно распространять на другие муниципалитеты. При этом важно выделять ключевые экологические проблемы территории, к решению которых необходимо привлекать население и заинтересованные организации. Построение системы экообразования облегчает наличие на территории вуза или профильного образовательного учреждения другого уровня, а также наличие партнеров из бизнес-среды.

Вопросы к обсуждению:

1. Что необходимо учитывать при составлении и реализации эколого-просветительских программ?
2. Приведите конкретные примеры эколого-просветительских программ, реализуемых в работе ООПТ с местным населением. В чем суть этих программ?
3. Что такое самопутеводные тропы и каково их назначение?
4. Чем самопутеводные тропы отличаются от заповедных троп?
5. Что такое и в чем заключается деятельность центров информации посетителей, функционирующих при ООПТ?
6. Что такое экомузей и какова его роль в экологическом просвещении?
7. В чем назначение и какова деятельность музеев под открытым небом?

**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. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат

3. Цели занятия.

- изучить теоретическую часть дисциплины
- расширить спектр базовых экологических знаний
- сформировать экологическое мировоззрение у обучающихся

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Предпосылки появления экологического туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	История развития экологического туризма в России и за рубежом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Виды экологического 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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Предпосылки появления и развития экологического туризма
2. Виды экологического туризма
3. Примеры влияния экотуризма на экологию
4. Жизнедеятельность человека и экотуризм

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма

3. Цели занятия.

- изучить теоретическую часть дисциплины
- расширить спектр базовых экологических знаний
- сформировать экологическое мировоззрение у обучающихся

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Объектно-элементное разнообразие экологического туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Связь экологического туризма с системой знаний об окружающей природной среде и обществе.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Природные ресурсы.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Предпосылки появления и развития экологического туризма
2. Виды экологического туризма
3. Примеры влияния экотуризма на экологию
4. Жизнедеятельность человека и экотуризм

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – контрольная работа

#### Задания к разделу 2

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

#### РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме

3. Цели занятия.

-изучить характеристики генеральных задач экоменеджмента в туризме.

-сформировать факторы влияния на выбор решения покупки услуги экологического туризма.

-изучить принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные цели и этапы экологического аудита в туризме.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Виды экологических сертификатов в туризме.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Задания для выполнения кейс-задания:

Освойте и проведите ролевую игру «Мое турагентство». Предприятие должно быть ориентировано на предоставление услуги экологического туризма. Обоснуйте понятие «управленческие базисы», «руководитель предприятия, предоставляющее услуги экологического туризма», «экогруппа». Назовите причины объединения людей в группы экотуризма. Назовите внешние и внутренние условия, определяющие эффективность работы, человека и группы конкретного экологического тура (по своему выбору). Перечислите обязанности членов группы конкретного экологического тура (по своему выбору). Назовите факторы влияния на выбор стать экотуристом. Раскройте механизм туристической фирмы на специализированных туристских ярмарках и выставках по продвижению экотуров.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

### РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме

3. Цели занятия.

-изучить характеристики генеральных задач экоманеджмента в туризме.

-сформировать факторы влияния на выбор решения покупки услуги экологического туризма.

-изучить принципы построения и использования «контрольных листов» экологического аудита.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Организационно-управленческие решения в экологическом туризме.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Руководитель и менеджер турпредприятия, ориентированного на экологический туризм.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Типология менеджера экологического 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)

Форма практического задания: кейс-задание

Задания для выполнения кейс-задания:

Освойте и проведите ролевую игру «Мое турагентство». Предприятие должно быть ориентировано на предоставление услуги экологического туризма. Обоснуйте понятие «управленческие базисы», «руководитель предприятия, предоставляющее услуги экологического туризма», «экогруппа». Назовите причины объединения людей в группы экотуризма. Назовите внешние и внутренние условия, определяющие эффективность работы, человека и группы конкретного экологического тура (по своему выбору). Перечислите обязанности членов группы конкретного экологического тура (по своему выбору). Назовите факторы влияния на выбор стать экотуристом. Раскройте механизм туристической фирмы на специализированных туристских ярмарках и выставках по продвижению экотуров.

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Контрольная работа

### Задания к разделу 3

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

### РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Тема 3.1. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика

3. Цели занятия.

-изучить экологические тропы и принципы их формирования.

-изучить методику построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.

-изучить формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Допустимая рекреационная нагрузка на ландшафт, методы и проблемы ее определения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Методика построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

4	Формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Задания для выполнения кейс-задания:

1. Изучите туристские формуляры и документы на туристское обслуживание: системный подход к составлению документов в соответствии с ГОСТ 50681-2011 Туристско-экскурсионное обслуживание туристских услуг.

2. В соответствии с ГОСТ Р-50681-2010 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг заполнить необходимую документацию организации маршрута экологического путешествия (по выбору); документы и формуляры, необходимые для организации туристского спортивного похода (тура) (по выбору); документ, который составляется в свободной форме (по выбору).

3. Выполните проектирование «Моя экологическая тропа» (по выбору).

4. Изучите обязанности членов экогруппы на экологической тропе.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3**

форма рубежного контроля – контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

**РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ**

Тема 3.2. Экологические тропы и принципы их формирования

3. Цели занятия.

-изучить экологические тропы и принципы их формирования.

-изучить методику построения и использования в планировании турпродукта эколого-социологического опроса.

-изучить формирование цены на эколого-туристские услуги: основные факторы, влияющие на ценообразование.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экологическая тропа как вид туристской услуги.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Экологические тропы и принципы их формирования.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные функции экологических троп.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Обустройство экологической тропы.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Задания для выполнения кейс-задания:

1. Изучите туристские формуляры и документы на туристское обслуживание: системный подход к составлению документов в соответствии с ГОСТ 50681-2011 Туристско-экскурсионное обслуживание туристских услуг.

2. В соответствии с ГОСТ Р-50681-2010 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг заполнить необходимую документацию организации маршрута экологического путешествия (по выбору); документы и формуляры, необходимые для организации туристского спортивного похода (тура) (по выбору); документ, который составляется в свободной форме (по выбору).

3. Выполните проектирование «Моя экологическая тропа» (по выбору).

4. Изучите обязанности членов экогруппы на экологической тропе.

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа

#### Задания к разделу 4

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема практического занятия.

#### РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Тема 4.1. Потребности биосоциума в экотуризме

3. Цели занятия.

-сформировать правила подготовки к экопутешествию и к спортивной охоте.

-изучить социо-психофизиологическая трансформация как основной фактор восстановления человека-городского социума в природной среде.

-изучить предмет и основные задачи экологии человека.

-изучить прямые и косвенные экономические выгоды развития экотуризма для местного населения.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Развитие экологического туризма — потребность человека-городского социума.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Биоклимат как элемент природного ресурса экологического туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Ранжирование биоклимата.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Климатический фактор — важнейший ранговый уровень биоклимата.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Разъясните, почему человек — городской социум. Каково его отношение к природе?
2. Как соотносится экологический туризм и человек-городской социум?
3. Разъясните понятие биоклимата. Что такое принцип ранжирования?
4. Приведите примеры уровней ранжирования биоклимата.
5. Что такое социопсихофизиологическая трансформация человека-городского социума в природной среде?
6. Назовите этапы социопсихофизиологической трансформации.
7. Подготовка к экопутешествию: составьте план-схему подготовки к экотуру (по выбору).

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Тема 4.2. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.

3. Цели занятия.

-сформировать правила подготовки к экопутешествию и к спортивной охоте.

-изучить социо-психофизиологическая трансформация как основной фактор восстановления человека-городского социума в природной среде.

-изучить предмет и основные задачи экологии человека.

-изучить прямые и косвенные экономические выгоды развития экотуризма для местного населения.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Предмет и основные задачи экологии человека.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Прямая и косвенная экономическая выгода развития экотуризма для местного населения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Предмет и основные задачи экологии человека.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Положение и роль человека в биосфере в прошлом и в настоящем.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Разъясните, почему человек — городской социум. Каково его отношение к природе?

2. Как соотносится экологический туризм и человек-городской социум?

3. Разъясните понятие биоклимата. Что такое принцип ранжирования?

4. Приведите примеры уровней ранжирования биоклимата.

5. Что такое социопсихофизиологическая трансформация человека-городского социума в природной среде?

6. Назовите этапы социопсихофизиологической трансформации.

7. Подготовка к экопутешествию: составьте план-схему подготовки к экотуру (по выбору).

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – Контрольная работа

#### Задания к разделу 5

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема практического занятия.

#### РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 5.1. Устойчивое развитие и устойчивый туризм

3. Цели занятия.

-изучить основные направления деятельности государственных природных заповедников.

-изучить взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.

-охарактеризовать причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Краткая характеристика основных из них.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Формирование экологической культуры и три ее основных компонента.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Вклад туризма в формирование экологической культуры.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Список тем обсуждаемых вопросов:

1. Что вы знаете о российском законодательстве, имеющем отношение к экологическому туризму?
2. Расскажите о трех типах взаимоотношений между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.
3. Что вы знаете о транспортной инфраструктуре и средствах размещения туристов в экотуризме?
4. Какие принципы нужно соблюдать при создании транспортной инфраструктуры и объектов для размещения туристов в экотуризме на особо охраняемых природных территориях?
5. Раскройте механизм проектирования и создания природоохранных троп в пределах ООПТ.
6. Каким образом и по средством чего достигается информативность природной тропы?
7. Каковы основные обязанности сотрудников ООПТ при работе с туристами?

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

#### РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 5.2. Основные направления деятельности государственных природных заповедников

3. Цели занятия.

-изучить основные направления деятельности государственных природных заповедников.

-изучить взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.

-охарактеризовать причины возникновения глобальных экологических проблем человечества.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах».	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные направления деятельности государственных природных заповедников.	Групповая, научная

		дискуссия, диспут Дискуссия
4	Взаимоотношения между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Список тем обсуждаемых вопросов:

1. Что вы знаете о российском законодательстве, имеющем отношение к экологическому туризму?
2. Расскажите о трех типах взаимоотношений между экологическим туризмом и природоохранной деятельностью.
3. Что вы знаете о транспортной инфраструктуре и средствах размещения туристов в экотуризме?
4. Какие принципы нужно соблюдать при создании транспортной инфраструктуры и объектов для размещения туристов в экотуризме на особо охраняемых природных территориях?
5. Раскройте механизм проектирования и создания природоохранных троп в пределах ООПТ.
6. Каким образом и по средством чего достигается информативность природной тропы?
7. Каковы основные обязанности сотрудников ООПТ при работе с туристами?

#### РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

#### Задания к разделу 6

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6.1. Организация мирового эколого-туристского сообщества

3. Цели занятия.

-изучить организации мирового эколого-туристского сообщества.

-изучить основные тенденции развития экотуризма.

-сформировать представление о связи демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.

4. Структура практического занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства
---	---------------------	-------------------

п/п		обучения
1	Организация мирового эколого-туристского сообщества.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Экологический туризм в Европе.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Агротуризм в Италии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Национальные парки Финляндии.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Развитию экотуризма и природном потенциале стран Балканского полуострова?
2. Агротуризм в Южной Европе.
3. Экомаршруты на Скандинавском полуострове.
4. Национальные парки США и Канады.
5. Экологический туризм на Африканском континенте
6. Мировые лидеры в развитии экологического туризма
7. ООПТ Австралии
8. Экологические туры в Китае
9. Центральная Америка — национальные парки.
10. Страны доноры и страны рецепторы.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6**

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

**РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ**

Тема 6.2. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-рецепторов.

3. Цели занятия.

-изучить организации мирового эколого-туристского сообщества.

- изучить основные тенденции развития экотуризма.
  - сформировать представление о связи демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные тенденции развития экотуризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Связь демографических процессов и состояния окружающей среды в странах с различными социально-экономическими условиями.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и странрецепторов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Механизмы воздействия туризма на окружающую среду и их география в западноевропейских странах, в странах Африки, на приморских курортах.	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)

Форма практического задания: дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

1. Развитии экотуризма и природном потенциале стран Балканского полуострова?
2. Аротуризм в Южной Европе.
3. Экомаршруты на Скандинавском полуострове.
4. Национальные парки США и Канады.
5. Экологический туризм на Африканском континенте
6. Мировые лидеры в развитии экологического туризма
7. ООПТ Австралии
8. Экологические туры в Китае
9. Центральная Америка — национальные парки.
10. Страны доноры и страны рецепторы.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – Контрольная работа

## Задания к разделу 7

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

### РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Тема 7.1. Российские правовые основы охраны природы в туризме

2. Цели занятия.

-изучить российские правовые основы охраны природы в туризме.

-изучить основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

-сформировать наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма.

-изучить положение России на мировом эколого-туристском рынке.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Российские правовые основы охраны природы в туризме.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Заповедники Республики Карелии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные категории системы ООПТ России и экотуризм.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Наиболее перспективные регионы России для развития экологического 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)

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

Разработайте и представьте экологический тур в один из регионов Российской Федерации (по выбору).

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

### РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

Тема 7.2. Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке

3. Цели занятия.

-изучить российские правовые основы охраны природы в туризме.

-изучить основные категории системы ООПТ России и экотуризм.

-сформировать наиболее перспективные регионы России для развития экологического туризма.

-изучить положение России на мировом эколого-туристском рынке.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Положение России на мировом эколого-туристском рынке.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Формы экотуризма, получившие наибольшее развитие в России.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-задания:

Разработайте и представьте экологический тур в один из регионов Российской Федерации (по выбору).

## РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – Контрольная работа

### Задания к разделу 8

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

## РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 8.1. Мировой опыт экологического просвещения и образования

3. Цели занятия.

-изучить мировой опыт экологического просвещения.

-изучение основных направлений и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.

-изучить эколого-просветительские программы.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Мировой опыт экологического просвещения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Российское законодательство об экологическом просвещении.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные направления и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-заданий:

1. Приведите пример природного музея под открытым небом (по выбору) и охарактеризуйте его назначение и деятельность.

2. Приведите пример ООПТ (по выбору) и охарактеризуйте ее роль в экологической просветительской деятельности.

3. Приведите пример Национального парка РФ (по выбору) и охарактеризуйте его роль в экологической просветительской деятельности.

4. Приведите конкретные примеры эколого-просветительских программ, реализуемых в работе ООПТ с местным населением. Опишите суть и динамику реализации данных программ.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8

форма рубежного контроля – Контрольная работа

1. Учебная дисциплина. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ

2. Раздел/Тема занятия.

РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Тема 8.2. Отечественный опыт экологического просвещения и образования

3. Цели занятия.

- изучить мировой опыт экологического просвещения.
  - изучение основных направлений и конкретные мероприятия, направленные на создание на базе ООПТ непрерывного экологического просвещения.
  - изучить эколого-просветительские программы.
4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Эколого-просветительские программы.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Самопутводные тропы и их значение.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Деятельность центров информации посетителей, функционирующих при ООПТ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
4	Экомузей и его роль в экологическом просвещении.	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)

Форма практического задания: кейс-задание

Содержание кейс-заданий:

1. Приведите пример природного музея под открытым небом (по выбору) и охарактеризуйте его назначение и деятельность.
2. Приведите пример ООПТ (по выбору) и охарактеризуйте ее роль в экологической просветительской деятельности.
3. Приведите пример Национального парка РФ (по выбору) и охарактеризуйте его роль в экологической просветительской деятельности.
4. Приведите конкретные примеры эколого-просветительских программ, реализуемых в работе ООПТ с местным населением. Опишите суть и динамику реализации данных программ.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8

форма рубежного контроля – Контрольная работа

## Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

### УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

#### РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА.

##### Тема 1.1. Экологический туризм: понятийно-терминологический аппарат

#### ВИДЫ ЭКОТУРИЗМА

Экологический туризм охватывает обширный сектор отрасли от однодневного отдыха за городом и небольших экскурсий для школьников до многодневных походов. По роду занятий выделяют 3 вида экотуризма.

**Научный экологический туризм.** Экспедиции учёных, практика студентов в заповедниках, полевые исследования (например, учёты численности животных) с привлечением волонтеров.

**Познавательный экотуризм.** Наблюдение за млекопитающими, птицами, редкими растениями, бабочками. Туры к палеонтологическим достопримечательностям, этнографические поездки, фотоохота.

**Рекреационный туризм.** Активный отдых: конные, пешие, велосипедные походы, альпинизм, рафтинг, сплав по рекам. Пассивный отдых: пикники, пребывание на базах и в палаточных лагерях с изучением окрестностей.



#### ЦЕЛИ И ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Экотуризм — это единственный тип туристической индустрии, ориентированный на сохранение окружающей среды, культурных ценностей, служащих источником доходов отрасли.

Основные принципы (кодекс) зелёного туризма помогают добиться поставленных задач.

- ▶ Турпоездки на природу для ознакомления с «дикими» экосистемами, традициями аборигенных народностей.
- ▶ Повышение экологической грамотности взрослых и детей.
- ▶ Сведение к минимуму отрицательных последствий посещения диких территорий (уборка за собой мусора, разведение костров в отведённых местах, использование для этого специально привезённых дров, а не срубленных по соседству деревьев).
- ▶ Экономическая эффективность, обеспечивающая приток средств, необходимых для устойчивого развития областей посещения.
- ▶ Помощь в охране исторических и природных объектов.
- ▶ Сохранение аборигенной культуры и вовлечение местных жителей в сферу обслуживания путешественников.

Источник: <https://slide-share.ru/ehkologicheskij-turizm-principi-celi-zadachi-pravila-ehkoturizma-420253>

##### Тема 1.2. Объектно-элементное разнообразие экологического туризма



Источник: <https://druzhniy-center.ru/nature/lesnye-resursy-mira-cto-eto-takoe-ispolzovanie-ugrozy-i-ohrana.html>

**Экотуризм. Цели и Задачи.**

- **Защита окружающей среды**  
Приток финансов за счет туризма и инвестиций;  
глобальное повышение эко-осознанности среди населения
- **Защита культурного наследия**  
Приток финансов, понимание ценности
- **Удовлетворённость туристов и туриндустрии**  
Познавательный и увлекательный туризм,  
комфортабельный и прибыльный
- **Повышение благосостояния местного сообщества**  
Обогащение, обучение, инфраструктура

© Экзотик Тайм. 2009.

Источник: <https://ppt-online.org/771480>

## РАЗДЕЛ 2. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ТУРИНДУСТРИЯ: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Тема 2.1. Экологический менеджмент в туризме

## Экологический менеджмент

- Экологический менеджмент – это система управления природными процессами, которая включает в себя регулирование законов взаимодействия природы и человека для избежания экологического кризиса.



Источник: <https://ppt-online.org/128266>



Источник: <https://www.slideserve.com/vanya/3232085>

Тема 2.2. Специфика экологического менеджмента и маркетинга в туризме

### Что такое экологический маркетинг?

- ▶ Экологический маркетинг – процесс удовлетворения нужд потребителей путем продвижения товаров и услуг, наносящих минимальный вред окружающей среде на всех стадиях жизненного цикла и созданных посредством минимально возможного объема природных (в том числе энергетических) ресурсов.



MyShared

## Методы реализации концепции экологического маркетинга

- Принятие общеобязательных законодательных норм, предписывающих определенные стандарты пользования природными благами;
- Кроме того, концепция экологического маркетинга предусматривает строгий контроль и лицензирование добычи природных ресурсов;
- Экономическое стимулирование производителей, направленное на то, чтобы они были заинтересованы в использовании природосберегающих технологий;
- Финансирование научно-исследовательской сферы, способствующее разработке новых безотходных и безопасных технологий, в которых будут применяться менее вредные химические соединения, методы производства и т.д.;
- Разработка системы экономических налогов и штрафов за загрязнение природы.

MyShared

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/1329204/>

## РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Тема 3.1. Основные эколого-туристские технологии и их краткая характеристика



Источник: <https://funart.pro/66590-fon-dlja-prezentacii-jenergoberezenie-71-foto.html>

НАСКОЛЬКО ВАЖНО В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ  
ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОЛОГИЮ?

КАКИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ  
ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЫ  
МОЖЕТЕ ПРИВЕСТИ В ПРИМЕР?

**«МОЗГОВОЙ ШТУРМ**



Источник: <https://ppt-online.org/815140>

### Тема 3.2. Экологические тропы и принципы их формирования



**По назначению экотропы**

прогулочно-познавательные, прогулочно-познавательные, туристические, учебные экологические тропы.

**По содержанию экотропы**

- ботаническими,
- зоологическими,
- ландшафтно-геологическими
- комплексными.



**Функции экотропы**

- предоставлением природоведческих и краеведческих знаний
- воспитание культуры поведения людей в природе, формирование экологического мировоззрения.

**Основной принцип**

«Мы изучаем природу; природа учит нас».



Источник: <https://myslide.ru/presentation/skachat-texnologiya-razrabotki-marshrutov-ekologicheskix-trop>

## РАЗДЕЛ 4. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

### Тема 4.1. Потребности биосоциума в экотуризме



Источник: <https://minagri.kz/lechebnoe-znachenie-ekologicheskogo-turizma/>

Тема 4.2. Биологическое разнообразие и смысл его сохранения.

The infographic features a green background with a small illustration of a butterfly and a bee on a leaf in the top left corner. On the left side, there is a vertical list of five categories, each with a small icon and a text label: **Вирусы** (with a virus icon), **Бактерии** (with a bacteria icon), **Растения** (with a tree icon), **Грибы** (with a mushroom icon), and **Животные** (with a panda icon). To the right of this list is a large green rounded rectangle containing the text: **Биологическое разнообразие —** всё многообразие форм жизни на земле, миллионов видов растений, животных, микроорганизмов с их наборами генов и сложных экосистем, образующих живую природу.

**ЗАЧЕМ НУЖНО СОХРАНЯТЬ БИОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗНООБРАЗИЕ**

Животные являются важной составляющей природных сообществ живых организмов в экосистемах.

В 1992 г в столице Кении, г. Найроби, была подписана международная **Конвенция о Биологическом разнообразии**, принятая многими странами, в том числе и Россией.



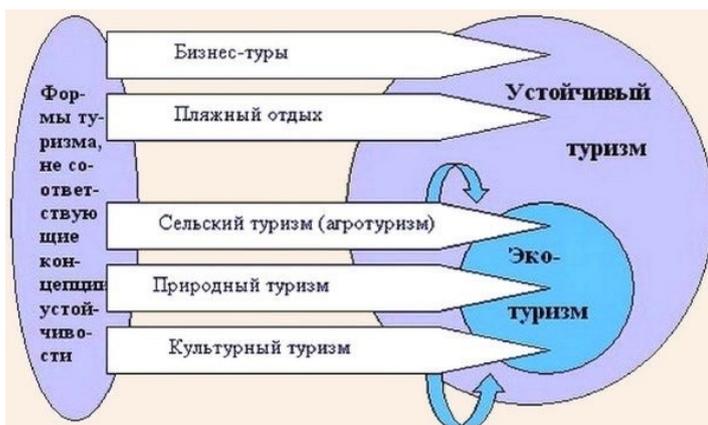
Согласно этой конвенции, *биологическое разнообразие* включает 3 взаимосвязанных понятия:

- 1) генетическое разнообразие особей вида, определяющее его жизнеспособность;
- 2) количество видов и соотношение количества их особей в природных сообществах,
- 3) разнообразие экосистем (экологических систем) - участков земель или вод с их живым населением, постоянно обменивающимися веществами и энергией с местом своего обитания.

Источник: <https://infourok.ru/sohranenie-biologicheskogo-raznoobraziya-4741038.html>

## РАЗДЕЛ 5. ООПТ КАК ОСОБАЯ ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

### Тема 5.1. Устойчивое развитие и устойчивый туризм



Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/ponomareva3.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/ponomareva3.htm)



Источник: <https://globalccm.com/sustainabledevelopment>

Тема 5.2. Основные направления деятельности государственных природных заповедников

**РЕЖИМ ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ**

Правовой режим ООПТ регулирует Земельный кодекс РФ (ЗК РФ), Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» от 14.03.1995 года № 33-ФЗ (ФЗ «Об ООПТ»), Положения, которые утверждаются отдельно в каждом отдельно взятом ООПТ

**Особо охраняемые природные территории:**

- участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними,
- природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение,
- изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования
- установлен режим особой охраны.

**Согласно ст. 95 ЗК РФ, на ООПТ запрещено:**

- предоставление садоводческих и дачных участков
- строительство автодорог, трубопроводов, ЛЭП и др. коммуникаций, строительство и эксплуатация пром., воз. и жилых объектов, не связанных с разрешенной на ООПТ деятельностью в соответствии с фед. законами
- движение и стоянка механического транспорта, если это не связано с деятельностью ООПТ, прогон скота вне автодорог
- изменение целевого назначения земель, приватизация земель гос. заповедников и нац. парков
- деятельность, не связанная с сохранением и изучением природных комплексов и объектов и не предусмотренная фед. законами и законами субъектов РФ
- иные виды деятельности, запрещенные федеральными законами

Для предотвращения неблагоприятных воздействий на ООПТ на прилегающих к ним участках и водных объектах создаются охранные зоны, в границах которых запрещается деятельность, оказывающая негативное воздействие на природные комплексы ООПТ

На специально выделенных земельных участках частичного хозяйственного использования в составе земель ООПТ допускается ограниченная хозяйственная и рекреационная деятельность в соответствии с установленным для них особым правовым режимом.

Источник: <https://roseco.su/2016/06/pravovoj-rezhim-osobo-ohranyaemyh-prirodnih-territorij-ootp/>



Источник: <https://touristam.com/osobo-ohranyaemaya-prirodnaya-territoriya.html>

## РАЗДЕЛ 6. РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА ЗА РУБЕЖОМ

Тема 6.1. Организация мирового эколого-туристского сообщества



Источник: [https://vk.com/wall-142049550\\_3107](https://vk.com/wall-142049550_3107)



Источник: <https://strategy.arctic2035.ru/c/proposals/tourism/glemping-na-territorii-azrf-kak-vazhnyy-faktor-razvitiya-ekoturizma-v-regione/>

### Тема 6.2. Социальное значение экотуризма, роль стран-доноров и стран-реципентов.



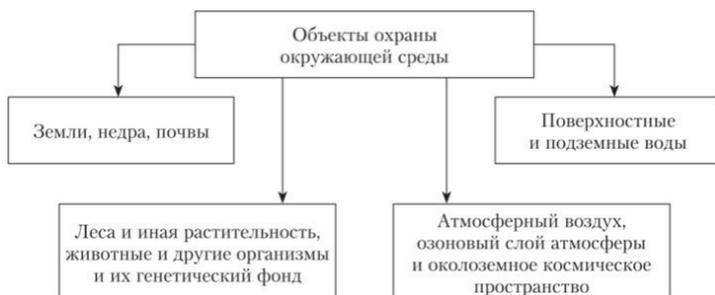
Источник: [https://tourlib.net/statti\\_tourism/nikonorov.htm](https://tourlib.net/statti_tourism/nikonorov.htm)



Источник: [https://dzen.ru/media/nhl\\_shilkov/finansirovanie-evrosoiuza-kto-iavliaetsia-donorom-a-kto-sidit-na-shee-nije-62557b169438ec25e014d74a](https://dzen.ru/media/nhl_shilkov/finansirovanie-evrosoiuza-kto-iavliaetsia-donorom-a-kto-sidit-na-shee-nije-62557b169438ec25e014d74a)

## РАЗДЕЛ 7. УСЛОВИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

### Тема 7.1. Российские правовые основы охраны природы в туризме

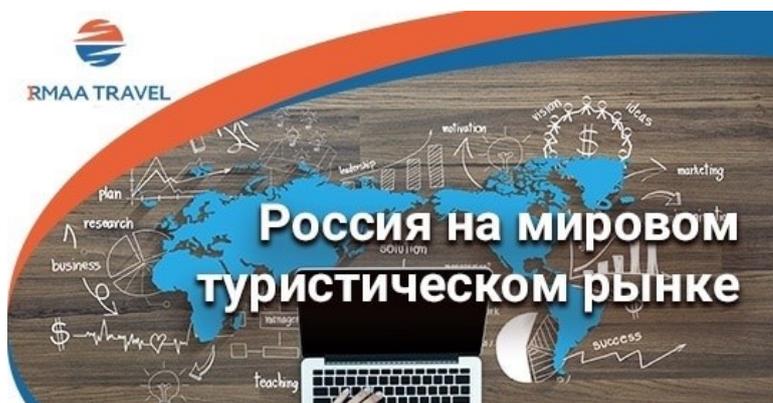


Источник: [https://studme.org/280416/ekologiya/pravovye\\_osnovy\\_ekologicheskaya\\_politika\\_oblasti\\_ohrany\\_okruzhayushey\\_sredy\\_ratsionalnogo\\_prirodopolzova](https://studme.org/280416/ekologiya/pravovye_osnovy_ekologicheskaya_politika_oblasti_ohrany_okruzhayushey_sredy_ratsionalnogo_prirodopolzova)



Источник: [https://studme.org/33530/ekologiya/konstitutsionnye\\_mezhdunarodno-pravovye\\_metody\\_regulirovaniya\\_prirodopolzovaniya\\_ohrany\\_sredy](https://studme.org/33530/ekologiya/konstitutsionnye_mezhdunarodno-pravovye_metody_regulirovaniya_prirodopolzovaniya_ohrany_sredy)

### Тема 7.2. Современное состояние и положение России на мировом эколого-туристском рынке



Источник: <https://ru.russia-promo.com/rmaa-group/blog/russia-in-the-world-travel-market-2019-ru>



Источник: <https://www.google.ru/amp/s/mmb.media/tpost/sjib9ofzn1-zachem-malomu-i-srednemu-biznesu-soblyud?amp=true>

## **РАЗДЕЛ 8. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОСВЕЩЕНИЕ И ОБУЧЕНИЕ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА**

Тема 8.1. Мировой опыт экологического просвещения и образования



Источник: <http://kraskinskoeposelenie.ru/ekologicheskoe-prosveschenie-obrazovanie-i-informirovanie>



Источник: <https://nurgush.org/news/2020/05/13/den-ekologicheskogo-obrazovaniya/>  
 Посмотреть все изображения

## Тема 8.2. Отечественный опыт экологического просвещения и образования

 Экологическое образование в России 	
<p><b>Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»</b></p> <p>Федеральным законом «Об образовании» одним из основных принципов государственной политики и правового регулирования отношений в сфере образования определен, в том числе, его гуманистический характер, приоритет жизни и здоровья человека, бережного отношения к природе и окружающей среде, рационального природопользования.</p>	<p><b>Федеральный закон «Об охране окружающей среды»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- органы государственной власти, как федеральные, так и региональные, наделены полномочиями по организации и развитию системы экологического образования, формированию экологической культуры;</li> <li>- Закреплена обязанность государства содействовать в осуществлении образовательной деятельности в области охраны окружающей среды и оказании информационной поддержки мероприятий по снижению негативного воздействия на окружающую среду</li> </ul> <p>Главой 13 Федерального закона «Об охране окружающей среды», определена всеобщность и комплексность экологического образования, в том числе требование о распространении экологических знаний через средства массовой информации, музеи, библиотеки, учреждения культуры, природоохранные учреждения, организации спорта и туризма. Закреплена обязанность руководителей организаций и специалистов, ответственных за принятие решений проходить подготовку в области охраны окружающей среды и экологической безопасности.</p>

Источник: <https://admscherb.ru/news/2020/07/17362/>



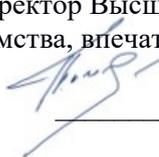
Источник: <https://center-yf.ru/data/stat/ekologicheskoe-obrazovanie.php>

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/ п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.	*		
3.	*		
4.	*		



**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  
29 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)  
ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И  
КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ**

**Направление подготовки  
43.03.02 «Туризм»**

**Направленность  
«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

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

*Москва 2024*

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 № 7 от «27» февраля 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент



---

(подпись)

В.Ш. Хетагурова

## 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).....	12
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	19
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	28
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	28
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	99
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) Задания к разделу 1.....	99
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	110
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	110
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 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
<b>РАЗДЕЛ 1. ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ОБСТАНОВКА: РЕСУРСЫ, ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА</b>	
<b>Тема 1.1. Сущность, роль и классификация ресурсов, факторов и условий территориальной организации туризма.</b>	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
<b>Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.</b>	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.
<b>РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма</b>	
<b>Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма</b>	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
<b>Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма</b>	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.
<b>Раздел 3. Системный подход к территориальной организации туризма</b>	
<b>Тема 3.1. Территориальная туристская система</b>	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.
<b>Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма</b>	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.
<b>Раздел 4. Подходы к исследованию территориальных туристских систем</b>	
<b>Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма</b>	Понятие строения, содержание и процессы в территориальных туристских системах. Сопряженно-подсистемный подход. Структурно-динамичный подход. Функционально-территориальный подход. Классификационно-таксономический подсистемно-территориальный подход. Морфологический подход. Концепции развития территориальной организации туризма в контексте туристских систем. Модели путешествий. Пространственная модель путешествий и краткосрочных поездок с рекреационными целями. Полидистанционная модель путешествий. Зависимость туристской мобильности от расстояния и времени. Модель разложения расстояния. Концептуальная модель туристского дестинационного пространства. Схема туристской урбанизации. Структурная модель туризма.
<b>Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем</b>	Сущность развития ТТС. Факторы развития ТТС. Базовые вопросы развития туризма. Модель жизненного цикла туристского цикла. Синтез модели жизненного цикла

	туристского центра теории хаоса. Динамическая модель территориальной организации туристской деятельности. Модель устойчивого развития туристской системы.
<b>Раздел 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр</b>	
<b>Тема 5.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма</b>	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.
<b>Тема 5.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма</b>	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 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 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 (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. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

#### Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Пространственная модель путешествий и краткосрочных поездок с рекреационными целями.
2. Полистанционная модель путешествий.
3. Зависимость туристской мобильности от расстояния и времени.
4. Модель разложения расстояния.

#### Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем

Вопросы для самоподготовки:

1. Концептуальная модель туристского дестинационного пространства.
2. Модель устойчивого развития туристской системы.

Раздел 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

#### Тема 5.1. 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 5.2. 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)

## 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.

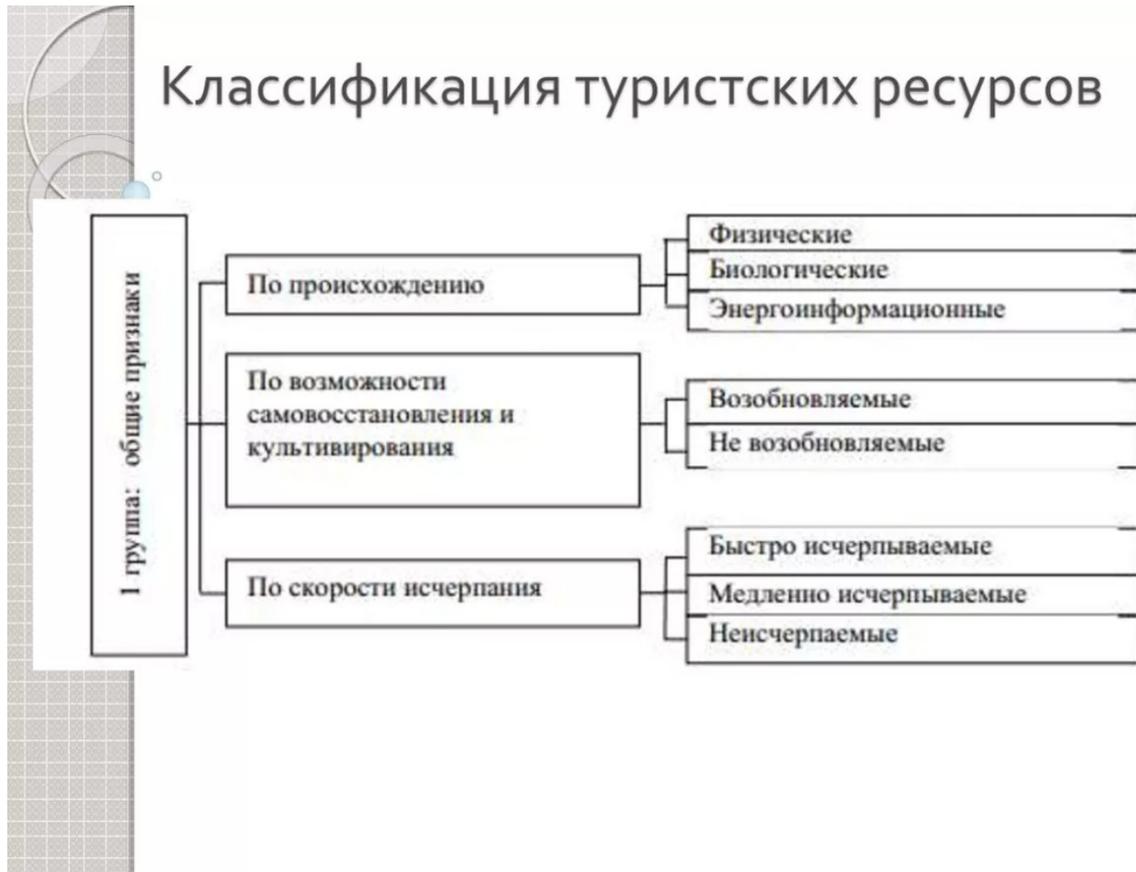
### Условия и факторы рекреационного районообразования



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/j/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1flvDU30r8y/slide-7.jpg>

# Классификация туристских ресурсов



Источник:

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/w/wEIRXF6rN4Wk5pqqZ9yzbxDdIUQaHcvtmVnTKjSO0C/slide-8.jpg>

Тема 1.2. Оценка туристских ресурсов, факторов и условий, потенциала и конкурентоспособности территорий.



Слайд 7

## Факторы успешного развития туристских территорий

Развитая транспортная инфраструктура

Транспортная доступность объектов показа

Наличие средств размещения с высоким уровнем обслуживания

Высокое качество предоставляемых услуг

Наличие квалифицированных кадров

Эффективное формирование и продвижение туристского продукта

Источник: [https://sl.slide-share.ru/s\\_slide/25ebb965e82671bd817620c4d97c9f64/c7c609c7-726d-4632-b366-4f7f55418f2f.jpeg](https://sl.slide-share.ru/s_slide/25ebb965e82671bd817620c4d97c9f64/c7c609c7-726d-4632-b366-4f7f55418f2f.jpeg)



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://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>

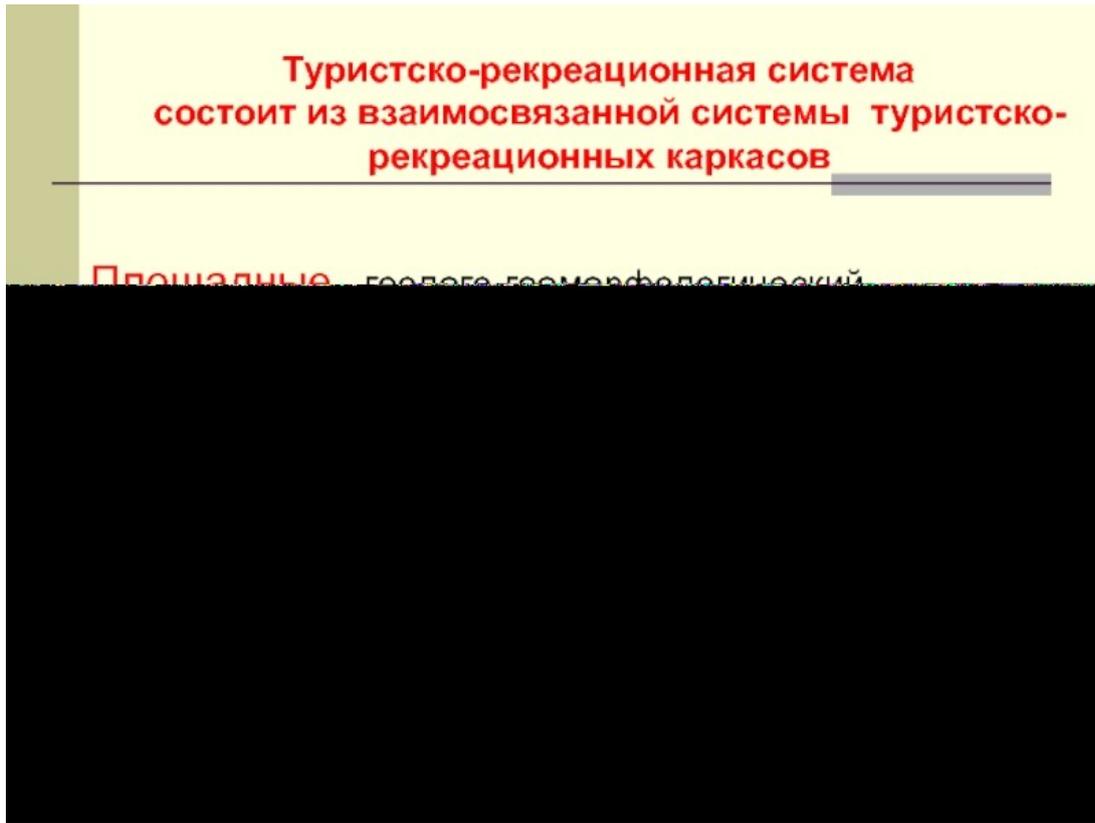
Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма



[https://vuzlit.com/imag\\_/34/95308/image003.jpg](https://vuzlit.com/imag_/34/95308/image003.jpg)

РАЗДЕЛ 3. Системный подход к территориальной организации туризма.

Тема 3.1. Территориальная туристская система



Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/5/462839/2378912e02974fe358af0af3fa01d3ed-800x.jpg>

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма



Источник: <http://texts.lib.tversu.ru/texts/EOR/ucheb/12743d/1.jpg>

## РАЗДЕЛ 4. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма.



<https://www.google.ru/search?q=>

Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем.

### 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>

РАЗДЕЛ 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 5.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма



Источник: [https://sun9-3.userapi.com/impG/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/\\_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c\\_uniq\\_tag=4uz1DW6lfwO5ZD7\\_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album](https://sun9-3.userapi.com/impG/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c_uniq_tag=4uz1DW6lfwO5ZD7_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album)

Тема 5.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма



Источник: <https://studref.com/htm/img/34/9672/4.png>

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

Освоение обучающимся 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 на сколько 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 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 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 подрисовочными 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. 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 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 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, представленную 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.

**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. Аттракции. 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. .2Классификация 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 истощения 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 истощаемые, 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. Багрова, 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 1м/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, пансионы 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.

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;

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 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. 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, 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 привлекательной 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.

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 дореволюционную 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 исследователей 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 (ТВ. Николаенко, 1998).

### Основные подсистемы территориальных рекреационных систем

Целостность системы определяется ее функциями в жизни человека, группы, общества, положением в социально-экономической и демозкологической 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 соперничество, 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, корректирующие 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. Вторым 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, подвергаемым 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.

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 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).[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:

эктоморфный - 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.

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),
- б) 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.

#### 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. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

- Исследование сущности стратегического планирования в туризме.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Понятие строения, содержание и процессы в территориальных туристских системах. Сопряженно-подсистемный подход. Структурно-динамичный подход. Функционально-территориальный подход. Классификационно-таксономический подсистемно-территориальный подход. Морфологический подход. Концепции развития территориальной организации туризма в контексте туристских систем.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Модели путешествий. Пространственная модель путешествий и краткосрочных поездок с рекреационными целями. Полидистанционная модель путешествий. Зависимость туристской мобильности от расстояния и времени. Модель разложения расстояния. Концептуальная модель туристского дестинационного пространства. Схема туристской урбанизации. Структурная модель туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

##### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В настоящее время по оценкам ведущих экономистов существует порядка 833-х кластеров разных типов в 25-ти развитых и 24-х развивающихся странах мира. Кластеры, по мнению ученых и специалистов, являются одним из инструментов обеспечения конкурентоспособности стран в мировом хозяйстве, что подтверждают данные Европейской комиссии. Экономическая природа происхождения формирования кластера определяется: – плотным взаимодействием и координацией между участниками экономической деятельности по производству (продаже) определенного технологического или любого другого вида продукта; – наиболее эффективной формой достижения высокого уровня конкурентоспособности, представляющей собой объединение различных организаций, в рамках которых используются преимущества двух способов координации экономической системы – внутрифирменной иерархии и рыночного механизма, что дает возможность более быстро и эффективно распределять новые знания, научные открытия и изобретения. Так, 24% исследованных кластеров были отнесены к мировым лидерам, 37% – к национальным лидерам и еще 24% – к экономическим субъектам с высоким уровнем конкурентоспособности. Только 3% кластеров были охарактеризованы как экономические субъекты с низким уровнем конкурентоспособности. Проведенная диагностика уровня использования кластерных технологий и мировой опыт позволили установить, что для эффективного формирования конкурентоспособного продукта логичнее всего использовать кластерный механизм, в котором кластер выступает как средство обеспечения конкурентоспособности территории посредством повышения производительности входящих в него фирм и отраслей, повышения способности к инновациям, стимулирования новых бизнесов, поддерживающих инновации и комплексное использование потенциала развития территории. Кластерная успешность определяется созданием нового конкурентоспособного продукта с последующим укреплением и дальнейшим развитием неформальных устойчивых связей между всеми участниками кластера. Создание высокоэффективного кластера позволит организовать более эффективное поле механистического взаимодействия между определенными или выделенными для решения поставленных задач представителями региональной власти и сопряженных с ней сфер взаимодействия, с целью ведения конструктивного диалога по вопросам формирования и упрощения механизма сотрудничества между предпринимательскими структурами и региональным правительством. Установленные и выделенные особенности кластерных подходов и их формирований в экономике позволяют указать на их блочно-ориентированную преимущественность перед отдельно взятым факторным формированием конкурентных преимуществ как предприятий так и региона в целом: 1) на уровне предприятия это: – снижение производственных издержек, централизация общих функций, оптимизация системных технологий и на этой основе максимизация эффективности использования ресурсов кластера; – долгосрочная стратегия деятельности участников кластера -оптимизация качества и ценообразования продуктов, как результат формирование оптимизированных внешних и внутренних кластерных связей 2) на уровне региона это: – повышение экспортной способности кластерных форм взаимодействия, вывод кластерного подхода на внешний и внутренний рынки, результирующий эффект – эффект синергии (общий результат превосходит сумму сложенных отдельных эффектов); – сетевое сотрудничество внутрикластерное и посекторальное, построение связей между публично-частным партнерством и региональным самоуправлением. Выделенная таким образом блочно-ориентированная система формирования кластера проявляет его социально-экономические свойства, которые формируются с учетом присутствия внутриорганизационной среды кластера. Результативность внутриорганизационной среды кластера уже формируется под воздействием и использованием высокоорганизованного механизма управления формированием условий, базовой основой которого являются: цели, функция и мотивация. Цели, функция и мотивация в свою очередь, включают социальную среду: статус, нормы и

отношения. Настоящий подход к социально-экономическим свойствам кластера, его элементам, во многом предопределяется тем, что кластерный подход это подход, основанный на формировании высокотехнологичных систем управления ресурсосбережением в регионе, в котором одним из основных элементов выступает человеческий ресурс (капитал), а возникающие между ними отношения – системообразующие качества, выступают как цель, управление и взаимодействие. Поэтому, эффективность кластерного подхода к управлению формированием социально-экономического развития региона, определяется на основе анализа его основных экономических проблем и предусматривает следующее: – оценку достигнутого уровня и особенностей социально-экономического развития региона, анализ его ресурсной базы, что позволяет оценить динамику основных показателей развития территории; – проработку сценариев структурной перестройки регионального хозяйства, а также стратегии адаптации его (хозяйства) к новой системе межрегиональных связей и взаимозависимостей; – выбор и обоснование направлений перспективного развития территории. Кроме того, кластерный подход в управлении развитием туристско-рекреационного пространства региона предопределяется изучением и анализом стратегических альтернатив развития региона на определенную перспективу, которые можно определить как: – стратегия роста, которая реализуется путем значительного ежегодного превышения показателей краткосрочных и долгосрочных целевых параметров над уровнем показателей предыдущего года (применяется в динамично развивающихся регионах, имеющих большой потенциал); – ограниченный рост, для которого характерно установление целей от достигнутого уровня, скорректированного с учетом инфляции (выбирают регионы со стабильной экономической ситуацией); – сокращение – выбирают в случаях стагнации или кризисного состояния региона, т.е. стратегия последнего средства, так как уровень поставленных целей ниже достигнутого в прошлом. Рассматривается несколько вариантов: ликвидация неэффективных производств; отсечение лишнего, т.е. свертывание тех производств, экономическая неэффективность которых обуславливает падение результатов по региону в целом; – сокращение и переориентация, т.е. ликвидация части производств с направлением высвобожденных средств в перепрофилированные и модернизированные предприятия региона; – сочетание, которое используется, в основном, регионами, активно действующими на многих рынках и во многих отраслях. Варианты происходящих причинно-следственных процессов по формированию кластеров в регионе, показывают, что управление воспроизводством и развитием региона является прерогативой представителей органов администрирования, местной власти и бизнес-структур, т.к. лоббирование интересов региона на уровне государства в целом определяется региональной политикой, кластерным подходом в экономике региона. Взаимосвязь кластерного подхода и обеспечение конкурентоспособности можно выразить через механизм взаимодействия функционально-ориентированных областей. Поэтому для наиболее эффективного и наиболее полного процесса кластерного управления системным развитием экономики региона целесообразно совершенствовать и развивать действующий механизм управления. Так, организационный процесс управления формированием структуры кластера предполагает присутствие: – высокоорганизованной системы целей, структуризации их распределения согласно многоуровневой управленческой организации; – структурной организации внутрисистемных концепций, связей; – распределения функций и задач, прав и обязанностей внутри системы, которые определяют соотношение децентрализации и централизации. Исходя из организационного процесса формирования структуры кластера, внутренним его развитием могут выступать: – во-первых, управленческая стратегия, ее масштабность, структура управления и распределения задач; – во-вторых, технологический и производственный потенциал. Реализация кластерных инициатив потребует разработки мер государственной поддержки, что позволит систематизировать усилия государства, в лице федеральных министерств и ведомств, с одной стороны, и федеральных, региональных органов власти, с другой, путем выделения нового объекта управления – кластера. В свою очередь, ориентация на кластерный подход к организации пространственной экономики, экономики производства и услуг позволит определить место и роль каждого субъекта кластера

и, таким образом, выявить пути максимального повышения конкурентоспособности всех его участников от мер государственной поддержки. Будучи интегрированным в различные виды экономической политики государства, кластерный подход переориентирует их с учетом необходимости активации и развития кластеров. При этом управляемость кластера будет основываться на уровне развитой инфраструктурной плотности, которая предполагает наличие различных организационно-правовых форм субъектов хозяйствования, а также их отраслевую направленность и специализированность, которая по своей сущности определяет и формирует основной воспроизводственный элемент в общей технологической системе кластера. Поэтому, представители системы управления региональным развитием должны быть заинтересованы в создании кластеров с целью повышения эффективности экономики, привлечения в регион новых технологий, выравнивания экспортно-импортного баланса территории, т.к. опыт использования кластерного подхода наглядно демонстрирует, что все эти ожидания оправдываются при грамотном подходе к формированию кластера и учете региональных особенностей территории.

## 1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

### 2. Раздел 4. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем

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 развития ТТС. Факторы развития ТТС. Базовые вопросы развития туризма. Модель жизненного цикла туристского цикла. Синтез модели жизненного цикла туристского центра теории хаоса.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Динамическая модель территориальной организации туристской деятельности. Модель устойчивого развития туристской системы.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
	3. 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.

Структурирование туристского пространства – традиционная сфера рекреационной географии – базируется на учении о территориальной рекреационной системе (ТРС) [1], основанном на методологии социально-экономической географии. При этом туристское, или рекреационно-туристское, пространство рассматривается как часть окружающей географической среды в совокупности природных и антропогенных элементов и их взаимосвязей, на которые сложился реальный платежеспособный спрос и существует система предложения различных услуг для туристского потребления [2]. Наиболее разработанным и чаще всего встречающимся способом его структурирования является рекреационное районирование, которое традиционно выступает в качестве научной базы территориального планирования и управления туристским комплексом, имеет значение при реализации программ развития туристской инфраструктуры. Основанием для выделения отдельных туристских, или рекреационных, районов являются особенности территориальной концентрации и специализации сектора туристско-рекреационного обслуживания. Рекреационный район выступает основным объектом пространственно-функционального анализа и представляет собой систему, состоящую из двух элементов – ТРС и окружающего ее социально-экономического и географического пространства [2]. Основными исследуемыми аспектами пространственной структуры района являются внутренний и внешний. Внутренний аспект охватывает изучение территориальной организации туристского хозяйства и рекреационной деятельности в районе. Внешний аспект – взаимодействие ТРС с другими местными системами – природно-экологической, социально-культурной, производственно-экономической. Ядром района является ТРС, которая имеет свою иерархическую и отраслевую структуры. В иерархической структуре ТРС района выделяются две основные рекреационные системы подчиненного ранга: обслуживающая внутренние рекреационные потребности населения района и ориентированная на внешний туристский спрос. Каждая из них состоит из более мелких рекреационных систем: ТРС пригородного кратковременного отдыха, дачного отдыха, детского оздоровительного отдыха, экскурсионного туризма, долговременного курортно-лечебного туризма, долговременного оздоровительного туризма и др. Пространственная целостность рекреационного района обеспечивается устойчивостью туристско-рекреационных потоков, которые формируются между центральным местом района и рекреационными местностями, находящимися в зоне его влияния. Центральное место (как правило, это крупный город) является: центром местного рекреационного спроса; транспортным узлом, принимающим внешний туристский поток, который затем перераспределяется в рекреационные местности; вторичной экскурсионной и рознично-торговой дестинацией D для туристов, отдыхающих на близлежащих рекреационных территориях; поставщиком услуг, товаров и инвестиций в рекреационные местности. В Беларуси в настоящее время выделяются 18 туристских районов [3, с. 27], которые различаются специализацией и концентрацией рекреационно-туристского обслуживания. Примером практической реализации идей туристско-рекреационного районирования с целью регионального планирования стало выделение и утверждение в Беларуси 27 туристских зон, хотя в основе принципа их выделения лежит административный подход, а не научные критерии рекреационной географии или экономических механизмов формирования спроса и предложения. Рекреационная география, развивая концепцию рекреационного районирования, обратилась к закономерностям развития туристских районов, которые характеризуют эволюцию туристского пространства [2]. Исходя из этого, выделяются четыре стадии развития территориальной структуры рекреационных районов (зарождения, становления, развития и консолидации), которые характеризуются различиями в интенсивности туристских потоков,

ранге туристских функций и типе территориальной структуры. Современные подходы к структурированию туристского пространства предлагает геоэкономика туризма – новое направление в системе наук о туризме, зародившееся на стыке рекреационной географии и экономики туризма [4]. Для него (в отличие от рекреационной географии) основным интерес представляют геоэкономические системы туризма, ядрами которых являются дестинации [5], а не рекреационные районы, формирующиеся вокруг ТРС. Дестинация – географическое пространство, или место, составляющее цель путешествий, обладающее необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности и представляющее собой субъект конкуренции на рынке туризма и стратегический объект предпринимательства [6, с. 142]. Таким образом, дестинация выступает как географическое пространство, цель путешествия определенного туристского сегмента, турпродукт, субъект конкуренции и объект предпринимательства. Признак географичности означает, что дестинация занимает определенное пространство и находится в определенном месте. Выделяются следующие географические типы дестинаций: континент, международный регион, страна, туристский район, туристская местность (центр), аттракционный пункт [6], который может быть представлен единичным предприятием, например аквапарком или крупным торговым комплексом. Как цель путешествия дестинация представляет интерес для определенного сегмента туристского спроса. Такая ориентация дестинации стратифицирует географическое пространство, делая его многослойным. Каждый слой содержит совокупность объектов, интересных соответствующему сегменту спроса. Стратификация дестинации – это разделение разноотраслевых организаций туристской индустрии по схожим классам обслуживания на группы, которые могут быть привлечены к производству комплексного турпродукта для конкретных сегментов туристского спроса, выделяемых по целям путешествия. Включение таких организаций в единые технологические цепочки производства турпродукта приводит к формированию туристских кластеров. Рассмотрение дестинации как турпродукта ставит перед геоэкономикой туризма конструктивные задачи обоснования схем кооперации предприятий туристской индустрии на основе принципов взаимного дополнения и единства технологии обслуживания туристов, а также продвижения дестинации на внешние туристские рынки. Дестинация как турпродукт обладает такими свойствами, как комплексность, системность, динамика. Комплексность подразумевает наличие услуг, которые могут быть объединены одним процессом обслуживания туриста. Системность означает, что все эти услуги связаны между собой единой технологией обслуживания. Динамика наделяет дестинацию жизненным циклом с присущими ему стадиями. Это свойство любого туристского продукта, продаваемого на рынке. В отличие от стадий развития рекреационных районов, которые учитывают динамику туристских потоков, уровень развития туристской инфраструктуры и эволюцию территориальной структуры, стадии жизненного цикла дестинации как турпродукта рассматриваются в отношении к конкретному рынку сбыта (центру спроса, стране, сегменту потребителей). Дестинация как субъект конкуренции характеризуется конкурентными преимуществами и конкурентоспособностью. Выделяются две группы конкурентов – другие дестинации и местные хозяйственно-географические системы. С первой группой конкуренция идет главным образом за рынки сбыта и инвестиции, со второй – за преференции и ресурсы (трудовые и естественные). Дестинация в качестве стратегического объекта предпринимательства рассматривается с точки зрения эффективности ведения бизнеса и вложения капитала в туристскую индустрию. Основными объектами, от которых зависит развитие туризма в дестинации, являются рынки сбыта (локализованные центры туристского спроса), конкуренты (другие дестинации и местные нетуристские отрасли), инвесторы, политические круги (органы государственного управления, общественные объединения, политики) и посредники в сбыте турпродукта дестинации (туристские агентства, глобальные системы бронирования). Во взаимосвязи с дестинациями они образуют геоэкономические системы туризма, которые не имеют четко определенных границ, в связи с чем наблюдается частичное географическое наложение их рынков сбыта,

совпадение центров-доноров инвестиций и регионов, поставляющих рабочую силу. Таким образом, формируются поля (зоны) конкуренции между дестинациями. В этом заключается видимое отличие геоэкономического подхода при определении пространственных туристских систем от географического. Различия между геоэкономическими системами туризма и рекреационным районированием отражены на рисунке. Центры туристского спроса и дестинации являются, с одной стороны, местами проживания населения, которое занято в различных отраслях хозяйства, с другой – экономическими центрами или регионами, вокруг которых формируются пространства, зависящие от них экономически, а зачастую и административно. Их пространственная система формировалась исторически и на карте отображает- География 97 ся как сеть хозяйственных центров, связанных транспортными коммуникациями (рис. 1 а). Подчиненные им пространства образуют экономические районы. Если речь идет о соподчиненности туристско-рекреационного хозяйства и формировании ТРС вокруг хозяйственных центров, то в результате районирования выделяются рекреационные районы. Принимающие регионы и их центры превращаются в туристские дестинации. При этом на интенсивность въездных туристских потоков в дестинации D влияет как величина туристского спроса в отправляющих регионах, так и наличие других дестинаций, перехватывающих туристские потоки. Таким образом, формируются геоэкономические системы туризма, в которых главными элементами являются дестинация (1), центры туристского спроса и конкуренты (2).

Дестинации как ядра геоэкономических систем туризма не подменяют понятия рекреационных, или туристско-рекреационных, районов. Между ними есть ряд принципиальных отличий. Выделение дестинаций как географических объектов принципиально отличается от определения пространственных границ рекреационных районов. Очертания дестинации определяются тем пространством, которое является целью посещения сегмента туристов или местом удовлетворения их рекреационных потребностей. Рекреационный район может быть как направляющим туристские потоки, так и принимающим. Дестинация рассматривается только как принимающий субъект, что акцентирует важность туризма как формы сбыта региональных товаров и услуг. Такая точка зрения важна для регионального бизнеса, участвующего не только и не столько в продаже турпродукта (турфирмы), сколько для предпринимателей, производящих его компоненты (гостиницы, экскурсионные бюро, рестораны, парки развлечений и т. д.). Любой рекреационный район может рассматриваться как дестинация, но не любая дестинация представляет собой рекреационный район, что хорошо видно на примере аттракционного пункта и трансграничной дестинации. Аттракционный пункт, являясь микродестинацией, не может рассматриваться как район по определению. Дестинация, имеющая трансграничный характер, не может рассматриваться как рекреационный район, так как границы районов совпадают с административными границами территориальных единиц, что наблюдается во всех без исключения схемах районирования, осуществленных рекреационной географией. Принятые принципы туристско-рекреационного районирования (как отраслевого экономико-географического районирования) подразумевают выделение отдельных районов внутри страны или включение нескольких стран целиком в крупные международные регионы, т. е. районированию подлежит регион, очерченный административными границами. Но сегодня реальность такова, что границы не только для туризма, но и для туристского бизнеса все в меньшей степени имеют барьерную функцию, а трансграничные путешествия приобретают все большую актуальность. И если в фокусе рекреационной географии лежит пространственная организация туристско-рекреационного хозяйства, то в поле зрения геоэкономики находится пространство конкуренции дестинации, которое характеризуется территориальным размещением не только туристского комплекса, но и рынков сбыта турпродукта, инвесторов, транзитных и конкурирующих дестинаций, кроме того, оно обладает представительностью в политических и государственных кругах, ответственных за судьбоносные решения, и позиционированием в информационном поле, включая Интернет. Отличительной особенностью геоэкономического структурирования туристского

пространства является принцип территориальной континуальности – геоэкономическая система туризма не имеет границ, но имеет зоны конкуренции дестинаций, накладываясь на другие аналогичные системы. Выделение рекреационных районов и исследование их структуры и динамики подразумевает территориальную дискретность туристского пространства (имеется в виду пространство, разбитое на ячейки в виде районов). При таком подходе внешние факторы развития рекреационных районов, как правило, выступают в роли второстепенных объектов исследования. В условиях обострения проблемы конкурентоспособности экономики отдельных регионов, в частности их туристского комплекса, актуальность рекреационного районирования снижается, но возрастает значение моделирования геоэкономических систем туризма, которые отличаются большей динамичностью и практичностью. Таким образом, современность требует от географии использования не только и не столько традиционных подходов рекреационной географии (ТРС, рекреационное районирование), сколько геоэкономических моделей. Принцип геоэкономического структурирования туристского пространства помимо всего прочего расширит возможности применения геоинформационных систем и позволит им выйти в сфере туризма за рамки описательных функций, решая аналитические задачи при выработке управленческих решений по повышению конкурентоспособности туристского центра или региона.

## 1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 5.1. 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
	3.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, РГА 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 РГА определенных, взаимосвязанных друг с другом структур (рис.5). Основные результаты работы структурных подразделений РГА 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.

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 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр. Тема 5.2. 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 мер 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 туристкой 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 рекламу услуг, 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

усовершенствуются и адаптируются под тенденции времени и конъюктуру рынка, а также под различными субъектами туриндустрии. 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 страницах 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 IT-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 B2B («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 туристской индустрии, потому 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 всяческой поддержке. Обычно туристско-информационные

центры осуществляют свою деятельность территориально ограниченно 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 играет 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 туристской индустрии, обладающих наибольшей надежностью и безопасностью. Попадание субъекта или объекта туристской 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 туристской 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 туристской деятельности.

Туристские услуги имеют свои особенности. Это — их неосвязаемость и возможность оценки качества только после их оказания.

Поэтому возникает необходимость предоставления потребителю в качестве туристских 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 туристской 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 туристской 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 дестинаций,

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 самостоятельного 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 откроет возможности решения главной задачи региональной политики государства: создание реальных условий для комплексного, гармоничного и эффективного развития регионов, а также роста благосостояния населения.

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. Атракции. 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](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](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. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма

3. Цели занятия.

- Исследование сущности стратегического планирования в туризме.

#### 4. Структура практического (семинарского) занятия.

№	Содержание (кратко)	Методы и средства
---	---------------------	-------------------

п/п		обучения
1.	Понятие строения, содержание и процессы в территориальных туристских системах. Сопряженно-подсистемный подход. Структурно-динамичный подход. Функционально-территориальный подход.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Классификационно-таксономический подсистемно-территориальный подход. Морфологический подход. Концепции развития территориальной организации туризма в контексте туристских систем. Модели путешествий. Пространственная модель путешествий и краткосрочных поездок с рекреационными целями. Полидистанционная модель путешествий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Зависимость туристской мобильности от расстояния и времени. Модель разложения расстояния. Концептуальная модель туристского дестинационного пространства. Схема туристской урбанизации. Структурная модель 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: ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Форма практического задания: кейс-задание

Кейс-задание для выполнения:

1. Проанализировать туристскую топологию и маргинальные территории в пространственной модели региона по А.И. Зырянову.

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 4. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем

3. Цели занятия.

- Сформировать представления о развитии территориальных системах

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Сущность развития ТТС. Факторы развития ТТС. Базовые вопросы развития туризма. Модель жизненного цикла туристского цикла. Синтез модели жизненного цикла туристского центра теории хаоса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Динамическая модель территориальной организации туристской деятельности. Модель устойчивого развития туристской системы.	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: ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Форма практического задания: кейс-задание

**Кейс-задание для выполнения:**

1. Проанализировать абстрактную пространственную модель региона по А.И. Зырянову.

Задания к разделу 5:

1. ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ И КРЕАТИВНОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ

2. Раздел 5. 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.

-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
4.1	Сущность стратегического планирования в туризме. Документы стратегического планирования в сфере территориальной организации развития туризма. Федеральные целевые программы развития туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
5.2	Подпрограммы государственных программ. Национальные проекты. Стратегия развития. Мастер-план как инструмент стратегического территориального планирования развития туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
6.3	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 5: 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 5. 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 5: 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/jpG9KVhseqtMzaTg4wEkP5nAcbl1fIvDU30r8y/slide-7.jpg>



Источник:

<https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/w/wEIRXF6rN4Wk5pqqgZ9yzbxDdIUQaHcvtmVnTKjSO0C/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-4632-b366-4f7f55418f2f.jpeg](https://s1.slide-share.ru/s_slide/25ebb965e82671bd817620c4d97c9f64/c7c609c7-726d-4632-b366-4f7f55418f2f.jpeg)

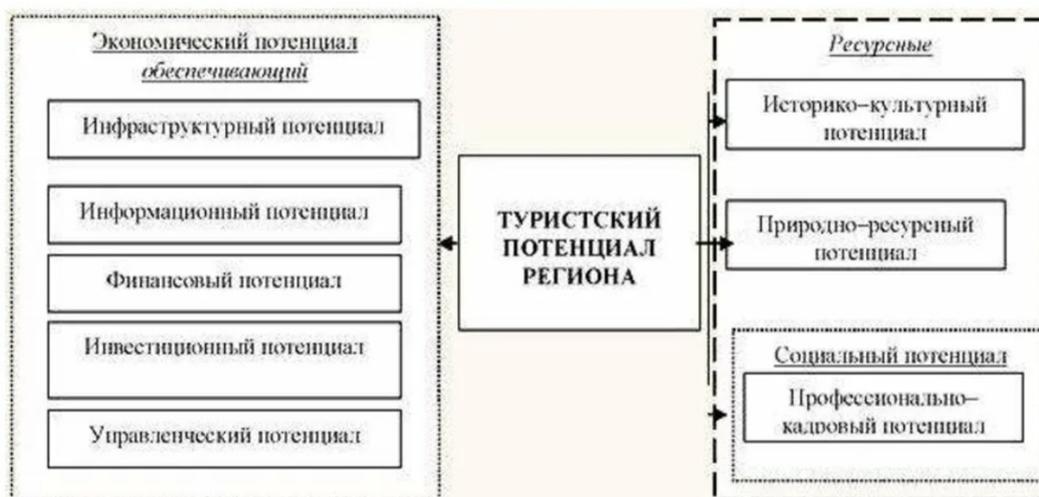
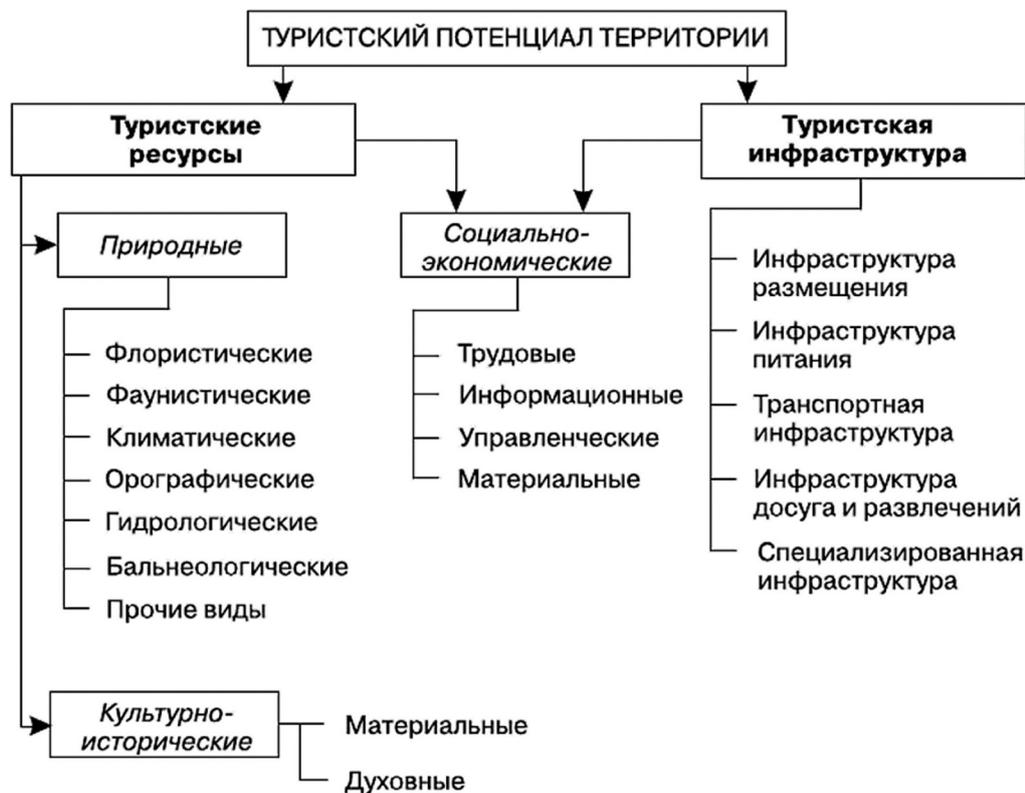


Рисунок 1 - Элементный состав туристского потенциала региона

Источник: <https://ufa-welcome.ru/800/600/http/cf2.ppt-online.org/files2/slide/1/15oXbJnv3U6EzfO9iB4HkWdxK8Ny0mMw2tsuPGScQ/slide-3.jpg>

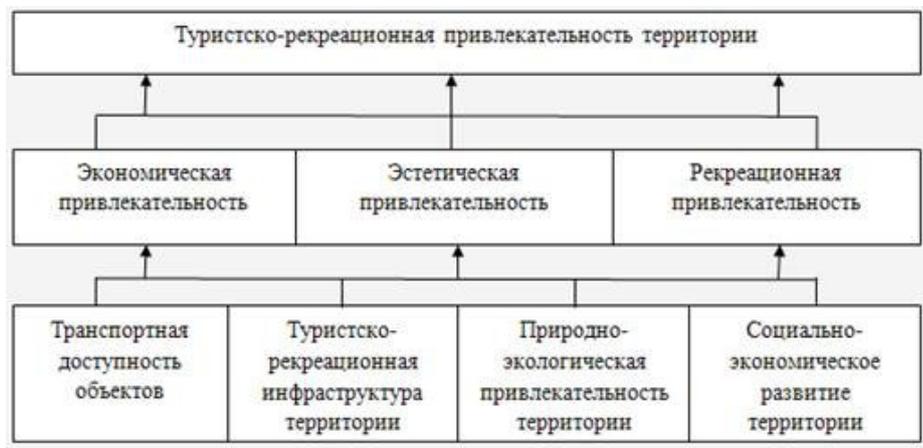
## РАЗДЕЛ 2. Учения, концепции и формы территориальной организации туризма

### Тема 2.1. Базовые учения и концепции территориальной организации туризма



Источник: <https://bstudy.net/htm/img/19/13379/6.png>

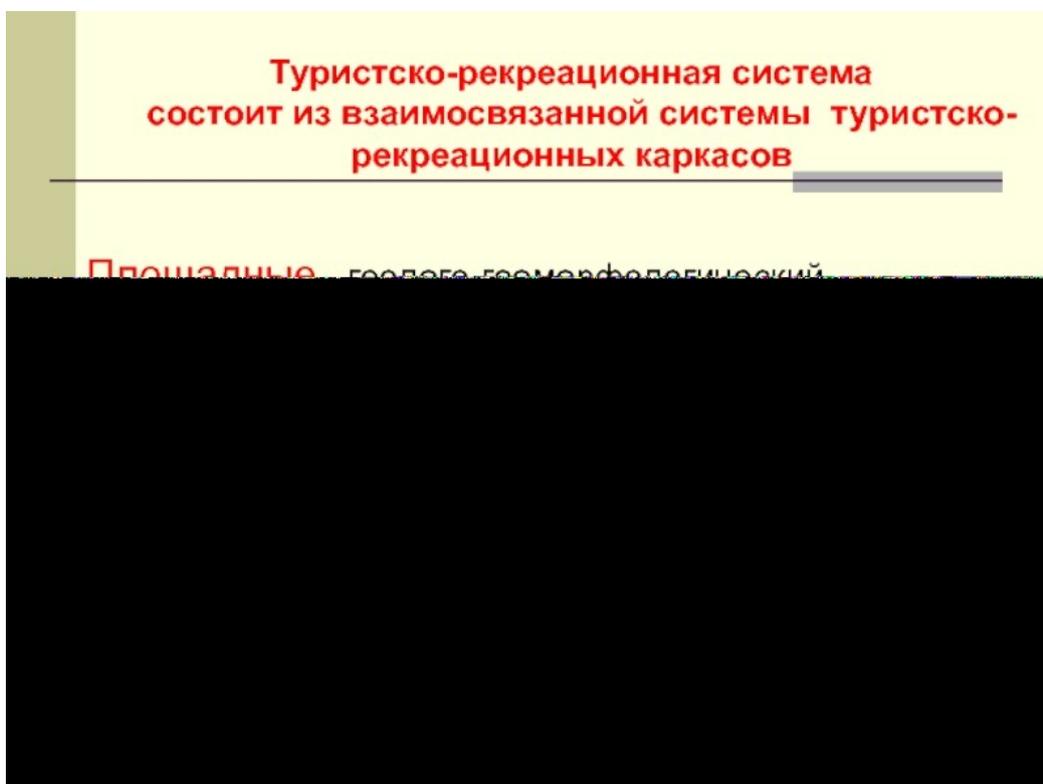
## Тема 2.2. Формы территориальной организации туризма



[https://vuzlit.com/imag\\_/34/95308/image003.jpg](https://vuzlit.com/imag_/34/95308/image003.jpg)

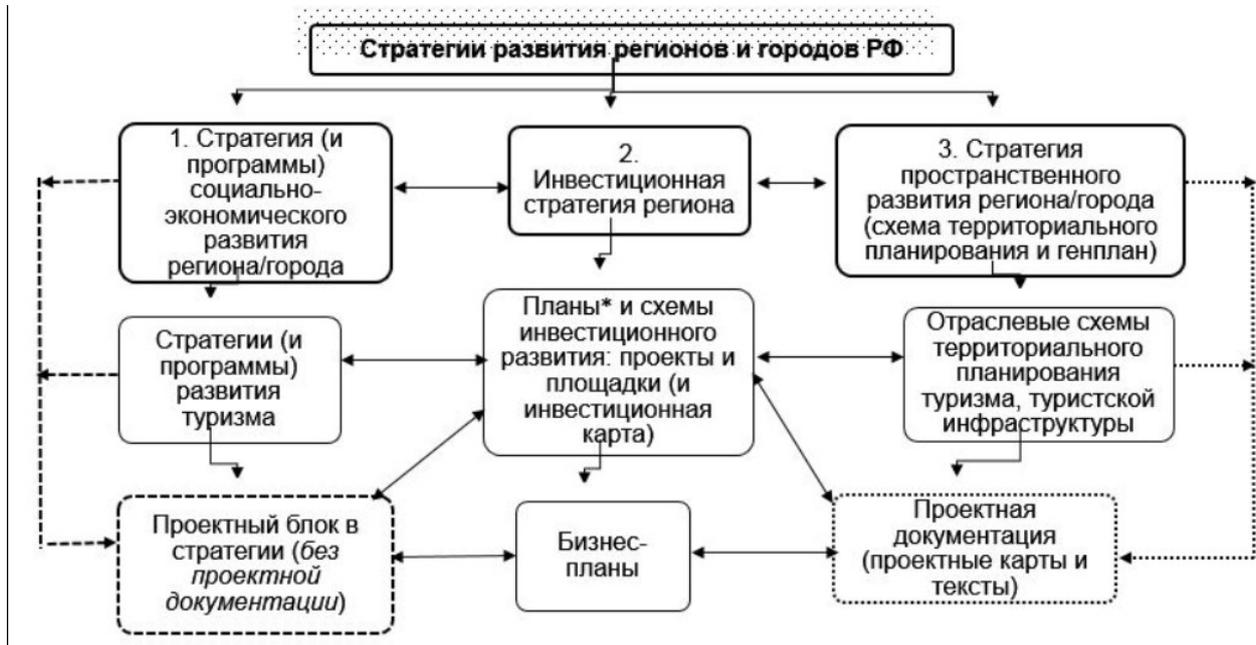
## РАЗДЕЛ 3. Системный подход к территориальной организации туризма.

### Тема 3.1. Территориальная туристская система



Источник: <https://thepresentation.ru/img/tmb/5/462839/2378912e02974fe358af0af3fa01d3ed-800x.jpg>

Тема 3.2. Концепции территориальной организации туризма



Источник: <http://texts.lib.tversu.ru/texts/EOR/ucheb/12743d/1.jpg>

РАЗДЕЛ 4. ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ СИСТЕМ

Тема 4.1. Концепции территориальной организации туризма.



Тема 4.2. Развитие территориальных туристских систем.

## 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
Органы управления	Равномерность	Гигиеничность	Загруженность. Технологическая готовность	Квалификация	–

Источник:

<https://thepresentation.ru/img/tmb/4/333388/67f4a8b59d3414ca2199a298d77bf0ed-800x.jpg>

РАЗДЕЛ 5. Стратегический подход к территориальной организации развития туризма: документы стратегического планирования, мастер-план, туристский информационный центр

Тема 5.1. Стратегическое планирование в сфере территориальной организации развития туризма



Источник: [https://sun9-3.userapi.com/impf/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/\\_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c\\_uniq\\_tag=4uz1DW61fw05ZD7\\_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album](https://sun9-3.userapi.com/impf/iQsiCl2Sdp3uBrtmPv7rziR4m6o1pU2yW6bqEg/_Jsi0kcQxoE.jpg?size=1024x768&quality=95&sign=660ffac7956cf2cc40325753578bdd71&c_uniq_tag=4uz1DW61fw05ZD7_oamLCIPsu76knclnUHE5YbVQDeA&type=album)

Тема 5.2. Туристический информационный центр как механизм территориальной организации туризма



Источник: <https://studref.com/htm/img/34/9672/4.png>

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализирована	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			



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

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшая школа индустрии  
гостеприимства, впечатлений и социального  
креатива (институт)

К.К. Поздняков

29 февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**Экономика и управление конгрессно-выставочной деятельностью**

**43.03.02 «Туризм»**

**Направленность**

*«Экономика впечатлений: организация туристской деятельности»*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -  
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**Форма обучения**

**Очная, очно-заочная, заочная**

**Москва, 2024 г.**

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Экономика и управление конгрессно-выставочной деятельностью» 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) «Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью» канд.геогр.наук, доцентом Хетагуровой В.Ш., канд.социол.наук Асосковой Н.Ю.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Экономика и управление конгрессно-выставочной деятельностью» обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства Высшей школы индустрии гостеприимства, впечатлений и социального креатива.

Протокол № 7 от « 27 » февраля 2024 года

Заведующий кафедрой  
кандидат географических  
наук, доцент



(подпись)

В.Ш. Хетагурова

## 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.....	12
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	22
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	22
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	37
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	37
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	40
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	40
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	43

# 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
<b>РАЗДЕЛ 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия КВД</b>	
Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности	Экономика и основные положения дисциплины, Вопросы экономической эффективности и выбора альтернатив, Проблематика оценки экономической эффективности, Первичная документация, Методология бухгалтерского учета
Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД	Сущность ключевых понятий, Классификация затрат. Расчет себестоимости, Постоянные и переменные затраты. Метод граничных условий. Анализ безубыточности, Основные операторы учёта - доходы, затраты, прибыль, Налоговый учет в предприятии — система определения налогооблагаемой базы, Управленческий учет — способ оптимизации существующих бизнес-процессов и бизнес-моделей.
<b>РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД</b>	
Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности	Понятие и цель финансового анализа. Методы финансового анализа. Ключевые финансовые показатели. Особенности КВД в деловом обороте. перечисляются изучаемые элементы содержания данной темы.
Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический	Стратегический вектор развития предприятия и ключевые факторы успеха. Ролевая эффективность КВД. Экономические эффекты от мероприятий. Методология из-

результат предприятия	мерения экономического эффекта от мероприятия перечисляются изучаемые элементы данной темы.
<b>Раздел 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности</b>	
Тема 3.1. Теоретические аспекты отраслевого анализа	Оценка границ товарного рынка. Концепция минимального эффективного размера предприятия в отрасли или охват рынка. Концентрация в отрасли. Применение коэффициентов и индексов концентрации в отраслевом анализе. Уникальность КВД.
Тема 3.2. Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД	Глобализация конкуренции, международные рынки, Модель оценки влияния КВД на региональную/локальную экономик, Техничко-технологическая гибридизация форматов проведения мероприятий в онлайн и оффлайн средах, Рынки М & А в конгрессно-выставочной индустрии перечисляются изучаемые элементы данной темы.

### ***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.

- Познавательные-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 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. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия КВД.**

##### **Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности.**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

- Что такое экономическое эффективность?
- Эффективность на микро- и макроуровни и их различия
- Эффективность Парето, что из себя представляет ?
- В теории Парето о чём говорилось ?

##### **Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

- Что такое управленческий учет?
- Выделяют какие типы учета?
- Ключевые элементы метода бухучета .

#### **РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД**

##### **Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

- Что из себя представляет “ключевые финансовые показатели”?
- Особенности КВД в деловом обороте.
- Понятие и цель финансового анализа.

##### **Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия**

###### **Вопросы для самоподготовки:**

- Релевантная эффективность КВД ?
- Экономические эффекты от мероприятий ?
- Особенности КВД в деловом обороте?
- “Конгрессно-выставочная деятельность”, что из себя представляет?

#### **Раздел 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности**

##### **Тема 3.1. Теоретические аспекты отраслевого анализа**

1. В чем специфика ивент мероприятий?
2. Как отель может участвовать в организации мероприятия/события?
3. Какие технологии применяются в организации мероприятия/события?
4. Приведите пример ежегодного события/мероприятия и какой отель задействован

в нем

##### **Тема 3.2. Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД**

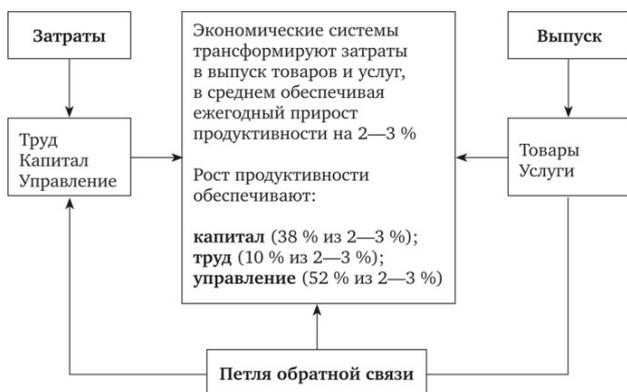
1. В чем специфика ивент мероприятий?
2. Как отель может участвовать в организации мероприятия/события?
3. Какие технологии применяются в организации мероприятия/события?

4. Приведите пример ежегодного события/мероприятия и какой отель задействован в нем

### 1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля)<sup>1</sup>

## РАЗДЕЛ 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия КВД.

### Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности.



Источник: Проблематика оценки экономической эффективности, Экономика и основные положения дисциплины - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)

### Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД

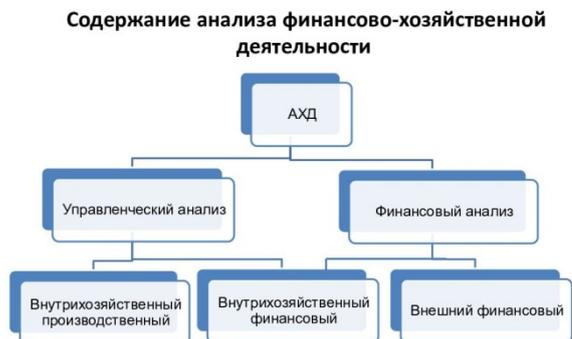


Источник: Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД, Первичная документация. Учет - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)

## РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД

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

## Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности

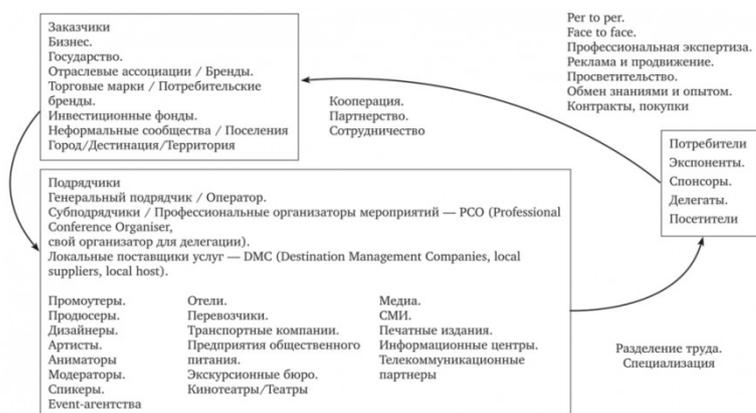


9

Источник:

[https://s1.slide-share.ru/s\\_slide/56bec04957a27fb13d092e52c77f0c2c/ab821a77-5d19-4fc5-bd5b-46c5838a9d62.jpeg](https://s1.slide-share.ru/s_slide/56bec04957a27fb13d092e52c77f0c2c/ab821a77-5d19-4fc5-bd5b-46c5838a9d62.jpeg)

## Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия



Источник: Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия, Особенности КВД в деловом обороте, Стратегический вектор развития предприятия и ключевые факторы успеха - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)



## Раздел 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности

### Тема 3.1. Теоретические аспекты отраслевого анализа



Источник: [https://studfile.net/html/2706/295/html\\_qd3wce5lW5.t3FM/img-vZsxKC.png](https://studfile.net/html/2706/295/html_qd3wce5lW5.t3FM/img-vZsxKC.png)

### Тема 3.2. Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД

#### *Изучение конъюнктуры рынка*

**Конъюнктура рынка** (от латинского слова «conjunctio» - соединяю, связываю) - это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

##### Рыночная ситуация

- Степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения).
- Сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции его развития.
- Уровень устойчивости или колеблемости его основных параметров.
- Масштабы рыночных операций и степень деловой активности.
- Уровень коммерческого (рыночного) риска.
- Сила и размах конкурентной борьбы.
- Положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла.

Источник: [https://present5.com/presentation/149470575\\_327136821/image-41.jpg](https://present5.com/presentation/149470575_327136821/image-41.jpg)

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

Освоение обучающимся 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 программой 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 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 подрисовочными 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.

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

***КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)***

1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью
2. Раздел 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия  
КВД/ Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности

3. Цели занятия.  
- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экономика и основные положения дисциплины.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Вопросы экономической эффективности и выбора альтернатив.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Управленческий учет — способ оптимизации существующих бизнес-процессов и бизнес-моделей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

**Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности**

Экономика (от др.-греч. ἡ οἰκονομία, буквально — «искусство ведения домашнего хозяйства») — совокупность общественных наук, изучающих производство, распределение и потребление товаров и услуг. Хозяйственная деятельность в существующей действительности является объектом экономических наук, которые подразделяются на теоретические и прикладные.

Теоретические направления в экономике изучают и анализируют особенности процесса обмена, распределения, выбора способа использования ограниченных ресурсов, поиска и

достижения равновесия между спросом и предложением, объемом выпуска и количеством потребляемых ресурсов, выручкой и затратами, объемами инвестиций и их приведенной стоимостью. Научный подход к хозяйственной деятельности рассматривает два уровня задач. Макроэкономика изучает хозяйственную деятельность как целостный комплекс, поднимая проблемы экономического роста, цикличности развития и неизбежности кризисов, инфляции, безработицы и занятости населения, экономической политики государств, глобализации мирового хозяйства, формирования региональных интеграционных объединений и экономических соглашений между ними. Микроэкономика рассматривает конкретных агентов экономических отношений: производителя конкретной продукции (товарный рынок), отдельный отраслевой рынок, конкретное предприятие.

Прикладная экономика изучает возможности приложения законов, принципов, предложений, разработанных экономической теорией, к улучшению функционирования предприятий (организаций), рынков, отраслей в экономической системе.

Системный подход в организации и управлении предполагает наличие входа в систему и выхода из нее. Любая экономическая деятельность предполагает затраты, запасы и выпуск. Эти элементы системы подлежат учету в стоимостных единицах. Значение имеет результат — разницу между выпуском и затратами в стоимостных единицах.

Систему как объект анализа формируют рынки, отрасли, люди и их навыки в предпринимательстве, управлении, профессии. Многофакторность анализа экономической системы требует моделирования — создания абстрактных упрощенных схем, позволяющих делать обобщения и выводы для конкретных ситуаций.

С этой целью экономическая теория вводит ряд условий, допущений и ограничений в свои модели.

Так в качестве факторов производства в экономике рассматривают ресурсы: землю и ее недра, капитал (средства производства), трудовые ресурсы, научно-технический прогресс, предпринимательский талант. Факторы производства / ресурсы предприятия имеют производный характер спроса: спрос на ресурсы зависит не только от конъюнктуры ресурсных рынков, но в первую очередь от спроса и цен на рынках готовой продукции.

Для построения аналитических моделей используют представление о времени как о долгосрочном или краткосрочном периоде.

Краткосрочный период (SR — short run) характеризуется продолжительностью до одного года, в течение которого производители товаров в состоянии изменить только часть используемых ресурсов, т. е. период, на протяжении которого часть ресурсов, таких как оборудование, здания, сооружения, остаются неизменными. Это период, в течение которого производственные мощности (капитал) не изменяются. Это отрезок времени, в течение которого одни факторы производства являются постоянными, а другие — переменными."

Вопросы экономической эффективности и альтернатив

" Вопросы экономической эффективности и выбора предпочтительной альтернативы требуют построения модели анализа, позволяющей получить оценки рассматриваемых альтернатив. Предъявляемые альтернативы удовлетворяют предмету или стратегии поведения, выбранным с какой-то определенной целью. Следовательно, любой критерий, с помощью которого можно было бы провести анализ в интересах этого выбора, должен характеризовать степень достижения поставленной цели. Степень достижения цели обычно определяется как эффективность, количественной мерой которой является показатель эффективности.

В процессе анализа альтернативных вариантов, помимо эффективности, рассматриваются вопросы, связанные с затратами, необходимыми для ее реализации, т. е. со стоимостью. Поэтому критерий, характеризующий тот или иной вариант, должен учитывать не только его эффективность, но и расходы, связанные с обеспечением такой эффективности. Критерии, отвечающие этим требованиям, обычно называют критериями типа « стоимость — эффективность », а исследования, проводимые с помощью этих критериев, — эффективно-экономическим анализом.

Обоснование решений экономического выбора подчиняется требованию к уровню достоверности информации — значение имеет не «точность до знака после запятой» и несоответствие требованиям бухгалтерской отчетности, например сметной стоимости реализации представленных на конкурс проектов, а тот порог стоимости, превышение которого может привести к другому выбору.

Многообразие задач выбора, обусловленное многообразием факторов влияния, их способностью как к одновременному, так и к случайному изменению, спровоцировало развитие теории оптимизации — максимизация прибыли при минимизации затрат, выборе наилучшей комбинации ресурсов и минимального эффективного объема производства.

Оптимизация деятельности и использования ресурсов позволяет достигать целей с наименьшими затратами, с сохранением стандартов качества, своевременно.

Наилучшими методами управления эффективностью и экономическим результатом признаны индикативное управление, управление по системе сбалансированных показателей и ключевым показателям производительности на уровне организации, а на уровне"

Взаимодействие с аудиторией:

- Что такое экономическая эффективность?
- Эффективность на микро- и макроуровни и их различия
- Эффективность Парето, что из себя представляет ?
- В теории Парето о чём говорилось ?

## 1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью

### 2. Раздел 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия КВД/Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД

#### 3. Цели занятия.

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экономика и основные положения дисциплины.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Вопросы экономической эффективности и выбора альтернатив.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Управленческий учет — способ оптимизации существующих бизнес-процессов и бизнес-моделей.	Информационная лекция

		Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
--	--	---

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### **Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД**

Учет представляет собой важную функцию управления, позволяющую отслеживать все происходящие хозяйственные взаимодействия (транзакции), выявлять причинно-следственные связи в проблемных зонах делового оборота предприятия и своевременно реагировать на конъюнктурные изменения на рынке и в отрасли.

Выделяют следующие типы учета: бухгалтерский, налоговый, управленческий (рис. 1.3). Они служат разным целям, а потому измерение хозяйственных операций производится с использованием разнообразных подходов и методов расчета.

Измерители хозяйственных операций в натуральных и стоимостных единицах фиксируются в первичной учетной документации предприятия, состав которой утверждается внутренней учетной политикой. Внутренние документы организации составляются с соблюдением требований федеральных законов[1] и нормативно-правовых актов (НПА)(рис. 1.4).

Внутренние документы организации определяют порядок ведения бухучета, действующее законодательство предполагает вариативность в этом вопросе: «Экономический субъект самостоятельно формирует свою учетную политику, руководствуясь законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, федеральными и отраслевыми стандартами» [ст. 8 Федерального закона

«О бухгалтерском учете», далее Закон о бухгалтерском учете]. Принятая организацией учетная политика подлежит оформлению соответствующей организационно-распорядительной документацией (приказами, распоряжениями и т. п.) организации и применяется последовательно в течение ряда лет. Изменение учетной политики организации может производиться в случаях: изменения законодательства Российской Федерации и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету; разработки организацией новых способов ведения бухгалтерского учета; существенного изменения условий хозяйствования, что может быть связано с реорганизацией, изменением видов деятельности и т. п.

#### **Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД Первичная документация. Учет**

Учет представляет собой важную функцию управления, позволяющую отслеживать все происходящие хозяйственные взаимодействия (транзакции), выявлять причинно-следственные связи в проблемных зонах делового оборота предприятия и своевременно реагировать на конъюнктурные изменения на рынке и в отрасли.

Выделяют следующие типы учета: бухгалтерский, налоговый, управленческий (рис. 1.3). Они служат разным целям, а потому измерение хозяйственных операций производится с использованием разнообразных подходов и методов расчета.

Измерители хозяйственных операций в натуральных и стоимостных единицах фиксируются в первичной учетной документации предприятия, состав которой утверждается внутренней учетной политикой. Внутренние документы организации составляются с соблюдением требований федеральных законов[1] и нормативно-правовых актов (НПА)[2] (рис. 1.4).

Внутренние документы организации определяют порядок ведения бухучета, действующее законодательство предполагает вариативность в этом вопросе: «Экономический

субъект самостоятельно формирует свою учетную политику, руководствуясь законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете, федеральными и отраслевыми стандартами» [ст. 8 Федерального закона

«О бухгалтерском учете», далее Закон о бухгалтерском учете]. Принятая организацией учетная политика подлежит оформлению соответствующей организационно-распорядительной документацией (приказами, распоряжениями и т. п.) организации и применяется последовательно в течение ряда лет. Изменение учетной политики организации может производиться в случаях: изменения законодательства Российской Федерации и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету; разработки организацией новых способов ведения бухгалтерского учета; существенного изменения условий хозяйствования, что может быть связано с реорганизацией, изменением видов деятельности и т. п.

**Забронировать**

Главная цель внутреннего документооборота и учетной политики — отразить все многообразие хозяйственной жизни предприятия в совокупности способов ведения бухгалтерского учета. Все хозяйственные операции, проводимые организацией, должны оформляться оправдательными документами. Эти документы служат первичными учетными документами, на основании которых ведется бухгалтерский учет.

Объектами учета являются: активы; обязательства; источники финансирования деятельности субъекта учета; доходы; расходы; иные объекты, в том числе факты хозяйственной жизни.

Активом признается имущество, включая наличные и безналичные денежные средства, принадлежащее субъекту учета и (или) находящееся в его пользовании, контролируемое им в результате произошедших фактов хозяйственной жизни, от которого ожидается поступление полезного потенциала или экономических выгод.

Источниками формирования или образования активов предприятия могут выступать не только собственные средства субъекта учета, но и заемные финансы. В процессе изменения объемов имущества и денежных средств предприятия образуются собственные капиталы и обязательства. Так формируются объекты бухгалтерского учета — пассивы.

Совокупность способов, правил и инструментов для составления достоверной отчетности в предприятии.

Документирование — отражение фактов хозяйственной жизни субъекта в специфических документах (первичных, учетных, отчетных) .

Инвентаризация — контроль над соответствием фактических показателей и данных в бухучете (БУ).

Оценка — определение конкретного вида стоимости (первоначальной, фактической, остаточной, планируемой и пр.) для определенного объекта БУ или групп объектов.

Калькуляция — расчет совокупных затрат на создание или производство единицы продукции (работы, услуги).

Счета или план счетов — специальная система бухучета объектов, используемая для отражения хозяйственных операций.

Двойная запись — особый метод бухучета, при котором отражение операции осуществляется с использованием двух счетов. То есть сумма операции отражается одновременно по дебету одного счета и по кредиту другого[3].

Баланс и отчетность — заключительный этап работы, который позволяет сформировать данные об имущественном и финансовом положении организации.



Взаимодействие с аудиторией:

- Ролевая эффективность КВД ?
- Экономические эффекты от мероприятий ?
- Особенности КВД в деловом обороте?
- “Конгрессно-выставочная деятельность”, что из себя представляет?\

1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью

2. РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД/ Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности

3. Цели занятия.

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и цель финансового анализа. Методы финансового анализа.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Ключевые финансовые показатели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности КВД в деловом обороте.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

#### 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

##### **Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности**

" Главная цель финансового анализа хозяйственной деятельности предприятия заключается в устранении недостатков в движении финансовых потоков, а также в поиске резервов улучшения финансового состояния предприятия и его платежеспособности.

Под финансовым состоянием понимают способность предприятия финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью необходимыми для нормальной работы финансовыми ресурсами, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью. Финансовое состояние может быть: устойчивым, неустойчивым, кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем финансовом состоянии.

Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. В результате срывов планов, наоборот, происходит рост себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и, как следствие, — ухудшение

финансового состояния предприятия и его платежеспособности, что приводит к банкротству, ликвидации предприятия. В свою очередь, устойчивое финансовое положение предприятия оказывает положительное влияние на выполнение всех планов и обеспечение деятельности необходимыми ресурсами.

Планирование является важным фактором финансовой стабильности предприятия. Стабильность хозяйственной деятельности позволяет получать положительный финансовый результат — прибыль, и эту прибыль накапливать. Однако стабильность и прибыль в вопросах эффективности часто уступают предпринимательским

"амбициям и желанию выйти на новый уровень развития организации, более технологичный, инновационный, уникальный, притягивающий внимание, создающий свою нишу на рынке, предлагая свой продукт для своей аудитории. В этом случае предприятия стремятся к поиску дополнительных источников финансирования, множа риски неопределенности и нестабильности. Тем не менее анализ и управление рисками вновь приводит организацию к необходимости планирования, технико-экономического обоснования своих проектов и логистики (оптимизации) финансов в цепочках поставок.

Именно поэтому финансовая деятельность, являясь составной частью хозяйственной деятельности, направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, соблюдение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования.

Анализ и диагностика финансовой деятельности предприятия осуществляются в направлениях обследования: структуры активов и пассивов; текущей платежеспособности (ликвидности); финансовой устойчивости; деловой активности; рентабельности; инвестиционной привлекательности. Базовые отчеты предприятия служат основой диагностики его финансового состояния. Согласно требованиям МСФО, к списку базовой отчетности предприятия относят следующие документы:

- отчет о финансовом положении; также известен как баланс;
- отчет о совокупном доходе; может принимать форму годового отчета или может быть разделен на отчет о финансовых результатах и отчет о других доходах, включая основные средства;
- отчет об изменении капитала; также известен как отчет о нераспределенной прибыли, документирует изменение прибыли или убытки компании за данный финансовый период;
- отчет о движении денежных средств; этот отчет суммирует финансовые операции компании за указанный период, разделяя денежные потоки на операции, инвестиции и финансирование."

Взаимодействие с аудиторией:

- Что из себя представляет “ключевые финансовые показатели”?
- Особенности КВД в деловом обороте.
- Понятие и цель финансового анализа.

**1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью**

**2. РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД/ Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия**

**3. Цели занятия.**

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и цель финансового анализа. Методы финансового анализа.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Ключевые финансовые показатели.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Особенности КВД в деловом обороте.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

**Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия**

Конгрессно-выставочная деятельность представляет собой посредническую деятельность в хозяйственном смысле. Конгрессы и выставки служат своего рода мостиками между генераторами идей и продуктов, с одной стороны, и потребителями — с другой. Массовые площадки конгрессов, профессиональных конференций и выставок собирают целевые аудитории для информирования, трансляции новых идей и паттернов поведения, обмена мнениями и знаниями, апробации и тестирования новых образцов товаров или сложных технических систем. Результатом деятельности мероприятий с большим охватом становятся резолюции, манифесты, меморандумы, а также смена поведенческих моделей людей, идеологических парадигм общественного сознания, повышение покупательной активности, изменение имиджа и силы влияния. Конгрессно-выставочные мероприятия называют инструментом социального проектирования, коммуникативной платформой, каналом продвижения, испытательной площадкой, способом демонстрации достижений и силы влияния. Конгрессно-выставочная деятельность органично вплетается и создает свои рынки в туризме, международной торговле, трансфере знаний и технологий, в образовании и просвещении, культуре и искусстве, в региональной и отраслевой экономике.

Столь мощный посреднический потенциал с возможностями перелива глобального капитала между отраслями и регионами мира позволил КВД в последние десятилетия оформиться в самостоятельную отрасль со своими технологиями, субъектами хозяйственных

отношений, со своей специальной инфраструктурой и, как следствие, со своими факторами успеха и специфическими показателями эффективности.

Стратегический вектор развития предприятия и ключевые факторы успеха

Ключевые факторы успеха (КФУ) определяют стратегический вектор развития предприятия в отрасли, стимулируют конкуренцию, влияют на результаты деятельности предприятия, такие как узнаваемость, конкурентоспособность, доходность. Ключевые факторы успеха не являются заданными или неизменными. Они неодинаковы для разных отраслей, а для конкретной отрасли могут изменяться во времени. У конкретного предприятия могут быть свои критерии привлекательности бизнеса и отрасли. Для предприятий разного масштаба деятельности и разного охвата конкретного рынка будут разные приоритеты и разные факторы успеха. Они будут разными не только по направленности, номенклатуре, но и по силе влияния. Кроме того, крупные организации отслеживают финансовые показатели группы и корпоративной прибыльности, излагают видение корпоративной ответственности в контурах бизнеса своего делового портфолио, формулируют целевые показатели устойчивого развития.

Тем не менее мониторинг деловой жизни предприятий в конгрессно-выставочной отрасли позволяет выделить ряд факторов влияния, способных усилить стратегии конкурентоспособности, повысить узнаваемость, обеспечить доходность, минимизировать риски.

К числу актуальных КФУ можно отнести следующие движущие силы:

- превосходство в технико-технологическом оснащении коммуникационных площадок, наличие опыта работы с передовыми технологиями и оборудованием, способность осуществления технологических и (или) организационных нововведений. Передовое технико-технологическое оснащение для КВД, инструментально подкрепленное «цифровыми помощниками», позволяет осуществлять предприятиям переход на другой, более высокий уровень хозяйственных отношений;
- высокий уровень организационного развития предприятия (рост организационных издержек снижает трансакционные): качество трудовой жизни и высокая производительность труда, высокая фондоотдача, качество товаров, услуг и отношений, партнерство и кооперация, долгосрочное сотрудничество, низкокзатратные операционные решения — все, что обеспечивает стабильность достатка, добротность хозяйственной системы, фундамент для роста;
- универсальный персонал и гибкость бизнес-процессов: профессиональная перенастройка каналов, процедур и стандартов — то, что обеспечивает способность сохранять свою долю рынка и быстро откликаться на возникающий спрос на новых или незнакомых рынках, позволяет осуществлять гибридизацию онлайн-, офлайн- форматов взаимодействия как внутри предприятия, так и с внешней аудиторией, открывает возможности поиска новых ниш и новых продуктов, позволяет работать на опережение в режиме изменений;
- социальный капитал организации: сплоченность, профессиональный талант руководства и сотрудников, активная жизненная позиция, ответственность, доверие, дизайн-мышление. Слаженность взаимодействия в трудовом коллективе усиливает эффект высокой производительности, в первую очередь, творческого труда;
- принадлежность к инклюзивному сообществу: численность сообщества, признаки объединения людей, социальные, демографические, субкультурные страты в сообществе — все то, что создает уникальность контента, формирует запрос на такой контент, определяет политику и перспективы развития.

Следует отметить производные факторы успеха. Репутация, имидж, лидерство, доступ к финансовому капиталу дополняют копилку достоинств хозяйствующих субъектов, нацеленных на перспективу и развитие. Эти факторы успеха имеют лишь косвенное отношение к «низкокзатратным» стратегиям, бухгалтерской прибыли предприятия и его истории налогоплательщика. Эти отраслевые «улучшители» формируются за счет функциональной специфики КВД.

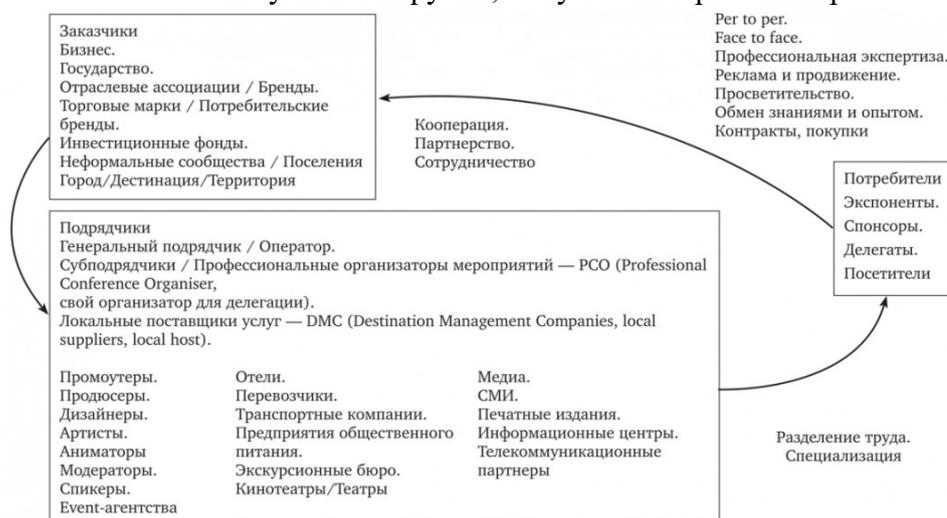
Уникальность и специфика КВД проявляется в особенностях выполнения традиционных функций и реализации традиционных бизнес-процессов, в дополнительной ценности, которая создается для всех без исключения участников взаимодействия (рис. 1.12).

Так, например, функция продвижения, реализуемая отраслевыми выставками посредством специальных бизнес-мероприятий, становится эффективным инструментом поиска новых клиентов, рынков сбыта и расширения географии продаж для всех компаний-участников.

Переговоры и демонстрации, происходящие в рамках выставок, содействуют оптимизации технологических процессов и ассортиментной линейки как для участников, так и для посетителей. Иногда трансформируется сам продукт в результате обратной связи, поступившей от посетителей. Все это способствует совершенствованию инновационных стратегий участников и гостей мероприятия.

Рынок выставочных услуг осуществляет свой вклад в экономику региона, в котором проводятся мероприятия, и региона, в котором регистрируются операторы выставочных услуг в качестве резидентов и налогоплательщиков.

Выручка, получаемая организаторами, представляется явным вкладом в экономику региона. Однако при проведении выставок валовый региональный продукт (ВРП) увеличивается не только с учетом выручки, полученной организатором.



Взаимодействие с аудиторией:

- Ролевая эффективность КВД ?
- Экономические эффекты от мероприятий ?
- Особенности КВД в деловом обороте?
- “Конгрессно-выставочная деятельность”, что из себя представляет?

### 1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью

### 2. РАЗДЕЛ 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности/ Тема 3.1.

Теоретические аспекты отраслевого анализа

#### 3. Цели занятия.

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

#### 4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
-------	---------------------	----------------------------

1	Инструментарий управления отраслевой структурой.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Оценка границ товарного рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Концепция минимального эффективного размера предприятия в отрасли или охват рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Тема 3.1. Теоретические аспекты отраслевого анализа

Конгрессно-выставочная деятельность в системе разделения труда относится к административно-организационной, имеет агентский (посреднический) характер, предполагает взаимодействие и кооперацию на пересечении отраслей, территорий, физического и цифрового пространств (on-line-to-off-line). По виду предпринимательства КВД относится к сектору услуг — третичному сектору экономики в модели Кларка 1 — и связана практически со всеми производственными, коммерческими и обслуживающими секторами воспроизводственного процесса мировой экономики. Ее активное развитие соответствует тренду сервисизации глобальной экономики.

Конгрессы и выставки представляют собой сложный многосоставной продукт, включающий такие элементы, как ритейл, аренду площадок и оборудования, маркетинг, гостеприимство, международную торговлю. Коммерциализация и массовое производство услуг по организации и проведению конгрессно-выставочных мероприятий позволяет говорить об индустриализации этой сферы деятельности. Крупнейшие международные структуры — организаторы выставок и конгрессов — демонстрируют темпы развития, опережающие динамику глобального валового продукта и темповые индикаторы большинства национальных ВВП. Конгрессно-выставочная деятельность сформировалась как самостоятельная отрасль и в национальной, и в глобальной экономиках.

В отраслевой структуре национальной экономики Российской Федерации КВД принадлежит очень маленькая доля, но велика ее роль в увеличении вклада других отраслей в валовый национальный/региональный продукт (ВВП/ВРП). Объем российского рынка КВД по итогам 2017 г. составил около 1,3—1,5 млрд долл. США. ВВП Российской Федерации в 2017 г. составил 1469 млрд долл. США. Таким образом, доля КВД составила 0,001, или 0,1 % в ВВП Российской Федерации. Общая выставочная площадь российских комплексов в 2017 г.

превысила 768 тыс. м<sup>2</sup>, что составило 2,2 % от глобальной и 4 % от европейской выставочной площади.

Рынок — базовое понятие экономики отрасли. На рынке взаимодействуют хозяйствующие субъекты, выполняющие разные роли — производители, потребители, продавцы, покупатели, а параметры рыночного взаимодействия — объемы выпуска, объемы продаж, число участников, уровень концентрации и конкуренции, степень специализации — характеризуют качество управления и представляют интерес для регуляторов и профессиональных экспертов отрасли. Важным элементом рынка является товар: 1) предмет обмена; 2) продукт труда.

Жан Тироль, французский профессор экономики, лауреат Нобелевской премии 2014 г. за его анализ рыночной власти и регулирования, отмечал, что «...рынок хорошо определен исключает всебя либо однородный товар, либо группу дифференцированных продук<sup>1</sup>»

"тов, которые представляют собой довольно хорошие заменители ( или дополнители ), по крайней мере для одного из товаров данной группы, и ограничено взаимодействуют с другой экономикой ».

Рынок измеряют, анализируют, координируют. Для регуляторного воздействия на рынок используют систему релевантных показателей.

В КВД сложилась собственная система показателей, характеризующих

Взаимодействие с аудиторией:

1. Перечислите движущие силы конкуренции.
2. Как оценить потенциал прибыльности рынка?
3. Что такое «слепые зоны», какие риски порождают слепые зоны?

### **1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью**

### **2. РАЗДЕЛ 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности/ Тема 3.2.**

Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД

#### **3. Цели занятия.**

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

#### **4. Структура лекционного занятия.**

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструментарий управления отраслевой структурой.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Оценка границ товарного рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

3	Концепция минимального эффективного размера предприятия в отрасли или охват рынка.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
---	--	--

## 5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

### Тема 3.2. Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД

Методов управления отраслевой структурой накоплено значительное количество. Среди наиболее востребованных следует выделить баланс, ценовую политику, регулирование « входов и выходов » на рынок/ с рынка, оценку границ товарного рынка, анализ охвата рынка, анализ конкурентности в отрасли по показателям концентрации.

Метод баланса принимает в качестве базовой установку на то, что в каждой отрасли объем ресурсов равен объему их потребления для выпуска готовой продукции, соответствующей требованиям рынка. Такой подход позволяет рассматривать развитие отрасли с позиций единства спроса и предложения; формировать комплексную систему планирования отраслей по регионам, по странам; проводить всесторонний анализ общественного воспроизводства и обеспечивать сбалансированность планов; прогнозировать цены на продукцию отраслей; обсуждать перспективы регионального/ международного сотрудничества.

Ценовая политика дифференцирует приоритеты в отраслевой структуре и потребительский спрос на рынке. Система цен формируется под влиянием предпочтений и согласованных решений продавцов и покупателей. Цены служат ориентирами, руководствуясь которыми владельцы ресурсов, предприниматели и потребители осуществляют свободный выбор, обеспечивающий личный интерес. Ценовая политика активных фирм, обладающих рыночной властью, определяется объемами спроса и предложения. Установление цен ниже уровня, максимизирующего прибыль (запретительная цена), возводит барьер для новых участников рынка. Система рынков и цен играет роль основной организующей силы в экономике.

Регулирование рынков устанавливает уровень характеристик входных барьеров: легкий вход, слабо затрудненный вход, сдерживаемый вход, блокированный вход. Барьеры входа на рынок — любые факторы и обстоятельства правового, организационного, технологического, экономического, финансового характера, препятствующие новым хозяйствующим субъектам вступить на данный товарный рынок и на равных конкурировать с уже действующими на нем хозяйствующими субъектами. В самом общем виде под барьерами понимают совокупность издержек, связанных с проникновением на отраслевой рынок или уходом с него. Выделяют следующие типы барьеров: 1) стратегические — вызваны деятельностью продавцов и (или) покупателей на рынке; 2) нестратегические — имеют объективный характер, действуют в отрасли независимо от функционирующих предприятий; 3) структурные — обусловлены особенностями отрасли и рынка (технологией производства, стартовыми и текущими затратами, зрелостью и развитостью рынка, объемом спроса, типом конкуренции); 4) поведенческие — связаны с действиями субъектов рынка, к таким действиям относятся соглашения и согласованное поведение, вертикальная и горизонтальная интеграция, злоупотребления доминирующим положением и недобросовестная конкуренция, криминальное воздействие на рынок.

Конкуренция формирует рынки совершенной/несовершенной конкуренции, монополию, олигополию. Рассматривается как степень состязательности на рынке; механизм саморегулирования рынка; критерий определения типа отраслевого рынка. Товарный обмен и

свобода действий участников обеспечивают наличие конкуренции. Чем больше число независимых участников, тем выше конкурентность рынка. Конкуренция устанавливает пределы для реализации покупателями и продавцами их личного интереса."

Взаимодействие с аудиторией:

1. Дайте определение торговой конъюнктуры
2. Укажите основные задачи проведения конъюнктурного анализа
3. Опишите алгоритм проведения анализа торговой конъюнктуры.
4. Чем вызвана необходимость конъюнктурного анализа в торговой организации?
5. Показатели торговой конъюнктуры и их характеристика

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

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

- 1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью**  
**2. Раздел 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия**  
**КВД**  
**3. Цели занятия.**  
- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности  
**4. Структура практического занятия.**

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Экономика и основные положения дисциплины.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Вопросы экономической эффективности и выбора альтернатив.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Управленческий учет — способ оптимизации существующих бизнес-процессов и бизнес-моделей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1**

**Форма практического задания: реферат**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 1:**

1. МІСЕ-индустрия и ее роль в развитии туризма.
2. Компоненты МІСЕ.
3. Корпоративный канал сбыта и способы работы с ним.
4. Направления развития делового туризма.
5. Особенности обслуживания МІСЕ-туристов в гостинице.
6. Особенности подготовки кадров для МІСЕ-индустрии.
7. МІСЕ возможности отеля.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – контрольная работа.**

Вопросы:

1. Что входит в комплекс МІСЕ?
2. Какие каналы сбыта у турфирмы существуют?
3. Какие каналы сбыта у гостиницы существуют?
4. Какое оборудование необходимо отелю для проведения МІСЕ мероприятий?
5. Приведите пример ежегодного МІСЕ мероприятия
6. Перечислите сотрудников отеля, которые работают с сегментом МІСЕ

**1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью**

**2. РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД**

3. Цели занятия.

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и цель финансового анализа. Методы финансового анализа.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Ключевые финансовые показатели.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Особенности КВД в деловом обороте.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

#### **ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2**

**Форма практического задания: реферат**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 2:**

1. Специфика организации конференции в отеле.
2. Помещения, оборудование, персонал и технические устройства для проведения конференции в отеле.
3. Структура конференции и способы ее обслуживания.
4. Мировой опыт проведения конференций.
5. Расчет затрат на проведение конференции.
6. Основные доходы и преимущества от проведения конференции в отеле.
7. Новые технологии в проведении и обслуживании конференции в отеле.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа.**

Вопросы:

1. Какое оборудование в отеле необходимо для проведения конференции?

2. Какие подразделения отеля участвуют в организации конференции и какие у них функции?
3. Приведите пример ежегодной конференции
4. Составьте протокол проведения конференции в отеле

**1. Экономика и управление конгрессно- выставочной деятельностью**

**2. РАЗДЕЛ 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности**

3. Цели занятия.

- Раскрыть сущность цели, задачи и формы конгрессно-выставочной деятельности

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструментарий управления отраслевой структурой.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Оценка границ товарного рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Концепция минимального эффективного размера предприятия в отрасли или охват рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

**ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3**

**Форма практического задания: реферат**

**Перечень тем рефератов к темам раздела 3:**

1. Специфика организации мероприятия/события.
2. Помещения, оборудование, персонал и технические устройства для проведения мероприятий/событий при участии отеля.
3. Структура мероприятия/события и способы ее обслуживания.
4. Мировой опыт организации и проведения мероприятий/событий.
5. Расчет затрат на проведение мероприятий/событий.
6. Основные доходы и преимущества от проведения мероприятий/событий для отеля.
7. Новые технологии в проведении и обслуживании мероприятий/событий в отеле.

**РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – контрольная работа.**

Вопросы:

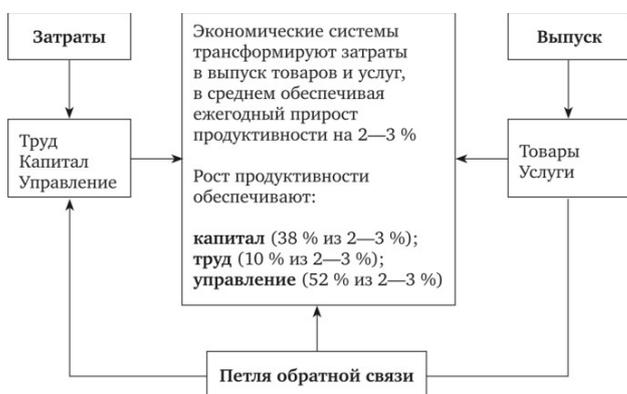
4. В чем специфика ивент мероприятий?
5. Как отель может участвовать в организации мероприятия/события?
6. Какие технологии применяются в организации мероприятия/события?
7. Приведите пример ежегодного события/мероприятия и какой отель задействован в нем.

Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю)

**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**РАЗДЕЛ 1. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия КВД.**

**Тема 1.1. Проблематика оценки экономической эффективности.**



Источник: Проблематика оценки экономической эффективности, Экономика и основные положения дисциплины - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)

**Тема 1.2. Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД**



Источник: Прямые показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятий КВД, Первичная документация. Учет - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)

**РАЗДЕЛ 2. Анализ и показатели эффективности КВД**

## Тема 2.1. Финансовый анализ хозяйственной деятельности

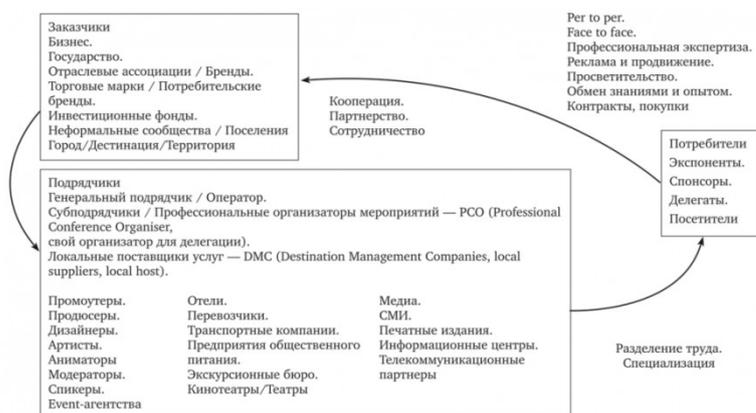


9

Источник:

[https://s1.slide-share.ru/s\\_slide/56bec04957a27fb13d092e52c77f0c2c/ab821a77-5d19-4fc5-bd5b-46c5838a9d62.jpeg](https://s1.slide-share.ru/s_slide/56bec04957a27fb13d092e52c77f0c2c/ab821a77-5d19-4fc5-bd5b-46c5838a9d62.jpeg)

## Тема 2.2. Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия



Источник: Специфические показатели эффективности КВД, влияющие на экономический результат предприятия, Особенности КВД в деловом обороте, Стратегический вектор развития предприятия и ключевые факторы успеха - Экономика конгрессно-выставочной деятельности (studme.org)



## Раздел 3. Отраслевые рынки конгрессно-выставочной деятельности

### Тема 3.1. Теоретические аспекты отраслевого анализа



Источник: [https://studfile.net/html/2706/295/html\\_qd3wce5lW5.t3FM/img-vZsxKC.png](https://studfile.net/html/2706/295/html_qd3wce5lW5.t3FM/img-vZsxKC.png)

### Тема 3.2. Методы управления отраслевой структурой и конъюнктура КВД

#### *Изучение конъюнктуры рынка*

**Конъюнктура рынка** (от латинского слова «conjunctio» - соединяю, связываю) - это конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке на данный момент или ограниченный отрезок времени.

#### **Рыночная ситуация**

- Степень сбалансированности рынка (соотношение спроса и предложения).
- Сформировавшиеся, наметившиеся или изменившиеся тенденции его развития.
- Уровень устойчивости или колеблемости его основных параметров.
- Масштабы рыночных операций и степень деловой активности.
- Уровень коммерческого (рыночного) риска.
- Сила и размах конкурентной борьбы.
- Положение рынка в определенной точке экономического или сезонного цикла.

Источник: [https://present5.com/presentation/149470575\\_327136821/image-41.jpg](https://present5.com/presentation/149470575_327136821/image-41.jpg)

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Методические материалы дисциплины (модуля) актуализированы	Протокол заседания кафедры № 7 от «27» февраля 2024 года	01.09.2024
2.			
3.			
4.			