




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)
РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

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) «Региональные туристские центры Российской Федерации» 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., канд. социол. наук Асосковой Н.Ю.

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.....	15
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	25
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	25
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	80
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	80
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	88
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	88
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	93

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

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

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО	
Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО. Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.
Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций СЗФО. Основные туристско-экскурсионные центры СЗФО.
РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЮФО и СКФО	
Тема 2.1 Региональные туристские центры ЮФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЮФО
Тема 2.2 Региональные туристские центры СКФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций СКФО.

РАЗДЕЛ 3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ УФО и ПФО	
Тема 3.1 Региональные туристские центры УФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций УФО.
Тема 3.2 Региональные туристские центры ПФО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ПФО.
РАЗДЕЛ 4. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ СФО	
Тема 4.1 Региональные туристские центры Западной Сибири	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Западной Сибири.
Тема 4.2 Региональные туристские центры Восточной Сибири	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Восточной Сибири.
РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ДФО	
Тема 5.1 Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО
Тема 5.2 Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

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 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. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО.
3. Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.

Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО.

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций СЗФО.
3. Основные туристско-экскурсионные центры СЗФО

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЮФО И СКФО

Тема 2.1 Региональные туристские центры ЮФО.

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций

ЮФО

Тема 2.2 Региональные туристские центры СКФО.

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций

СКФО.

РАЗДЕЛ 3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ УФО и ПФО

Тема 3.1 Региональные туристские центры УФО

Вопросы для самоподготовки:

1. Региональные ТО
2. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций
3. Туристские центры региона

УФО.

Тема 3.2 Региональные туристские центры ПФО

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций

ПФО.

РАЗДЕЛ 4. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ СФО

Тема 4.1 Региональные туристские центры Западной Сибири

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций

Западной Сибири.

Тема 4.2 Региональные туристские центры Восточной Сибири

Вопросы для самоподготовки:

1. Туристские центры региона
2. Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций

Восточной Сибири.

РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ДФО.

Тема 5.1 Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО.

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Туристские центры региона
- 2.Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

Тема 5.2 Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Туристские центры региона
- 2.Региональные ТО
3. Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

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

РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ (ЦФО)

- ✦ ЦФО расположен в центральной части Восточно-Европейской равнины. Административный центр - г. Москва.
- ✦ Включает 18 субъектов РФ
- ✦ Занимает 3,8% территории России (650,3 тыс. кв. км) [2]
- ✦ На долю ЦФО приходится 26,7% населения страны [2]
- ✦ Лидирует по развитию экономики, финансов, науки, культуры, высшего и среднего специального образования, по плотности сетей железных и автомобильных дорог.



Источник: [Региональные туристские центры ЦФО: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](https://yandex.ru)

Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО.

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



Источник: [Региональные туристские центры СЗФО презентация: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЮФО И СКФО

Тема 2.1 Региональные туристские центры ЮФО.



Источник: [Региональные туристские центры ЮФО. россия: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 2.2 Региональные туристские центры СКФО.



Источник: [Региональные туристские центры СКФО Россия: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ УФО и ПФО

Тема 3.1 Региональные туристские центры УФО



Источник: [Региональные туристские центры УФО России: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 3.2 Региональные туристские центры ПФО



Источник: [Региональные туристские центры ПФО России: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 4. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ СФО

Тема 4.1 Региональные туристские центры Западной Сибири



Источник: [Региональные туристские центры Западной Сибири: 2 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 4.2 Региональные туристские центры Восточной Сибири



Источник: [Региональные туристские центры Восточной Сибири: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ДФО.

Тема 5.1 Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО.



Источник: [Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха \(Якутия\), Магаданская область, Чукотский АО.: 849 изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 5.2 Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

- В состав ДФО входят 9 субъектов РФ:
- Амурская область
 - Еврейская автономная область
 - Камчатская край
 - Магаданская область
 - Приморский край
 - Республика Саха (Якутия)
 - Сахалинская область
 - Хабаровский край
 - Чукотский автономный округ



Источник: [Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область: 789 изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

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 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. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО

3. Цели занятия:

- сформировать представления об основных периодах становления туризма и гостеприимства.

- сформировать представление о принципах периодизации

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО. Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туризм в регионах Центрального федерального округа (ЦФО) представлен различными направлениями, а сам федеральный округ по праву можно назвать центром культурно-познавательного и делового туризма страны. Ряд регионов, входящих в его состав, располагают широкими возможностями для развития разных видов туризма. Здесь сосредоточена наибольшая концентрация объектов культурно-исторического и духовного наследия, в том числе 6 памятников ЮНЕСКО, свыше 2500 усадеб и 1100 музеев, из них 37 федерального ведения, более 1300 религиозных и духовных святынь, 60 промыслов и ремесел. Здесь расположено 3 курорта федерального значения.

Через территорию ЦФО проходят 8 федеральных трасс, располагаются 12 международных аэропортов. Главные водные артерии ЦФО — Волга, Дон, Днепр, Западная Двина, а также их притоки.

Наиболее перспективными видами туризма для ЦФО являются: культурно-познавательный, детский образовательный, военно-патриотический, деловой, религиозный, сельский, экологический, этнографический, гастрономический, событийный, активный, рекреационный. Тульская область имеет непосредственную границу с Московской, Рязанской, Липецкой, Орловской, Калужской областями, схожа с ними по ряду факторов, поэтому опыт этих регионов особенно актуален.

Рязань находится в 180 км (3 часа в пути) от Тулы, между городами существует автобусное сообщение по федеральной трассе Р-132 (Калуга — Тула — Михайлов — Рязань). Более половины всех туристских прибытий в Рязанскую область осуществляется с целью знакомства с культурными, историческими, архитектурными, археологическими достопримечательностями. В частности, на территории региона размещены такие уникальные объекты, как городище «Старая Рязань», историко-архитектурный музей-заповедник «Рязанский кремль», музей-заповедник С.А. Есенина «Константиново», Музей-усадьба первого российского нобелевского лауреата И.П. Павлова, Музей-усадьба генерала Скобелева, Музей-усадьба гравера Пожалостина, Музей К.Э. Циолковского, центры народных художественных промыслов (михайловское кружево, кадомский вениз, скопинская керамика). Большое значение для развития культурно-познавательного туризма имеет потенциал малых городов и исторических поселений. В частности, на территории Рязанской области располагается 7 исторических городов (Рязань, Михайлов, Спасск-Рязанский, Шацк, Скопин, Спас-Клепики, Рязск) и 1 историческое поселение федерального значения (Касимов).

В Рязанской области активно развивается лечебно-оздоровительный туризм — функционирует курортно-жилой район (поселок Солотча), на территории которого расположены санатории, Дома и базы отдыха, детские лагеря. Для развития экологического туризма в Мещерском национальном парке проложены популярные у туристов пешеходные и водные маршруты. Особым спросом у туристов в Рязанской области пользуется водный туризм: востребованы путешествия на байдарках, катамаранах по малым рекам области. С 2011 года Рязанская область реализует инвестиционный проект «Создание туристско-рекреационного кластера «Рязанский». В декабре 2012 года проведено открытие первого объекта туристско-рекреационного кластера «Рязанский» в составе гостинично-развлекательного комплекса «Окская жемчужина» — круглогодичного аквапарка «Горки», а в 2013 году — парк-отеля «Берега» на 100 номеров. Также в состав кластера вошли проекты по строительству въездной зоны Музея-заповедника С.А. Есенина и туристского комплекса «Рыбацкая деревня». Значительный потенциал для развития туризма в Рязанской области имеет речной туризм по реке Оке. Еще одним перспективным направлением развития туризма в области является бизнес-туризм. Калужская область (Калуга находится в 100 км или 1 часе 40 минутах в пути от Тулы), обладая богатой историей, многовековыми традициями и живописными природными ландшафтами, имеет возможность развития туризма различных форм: от делового и культурно-познавательного до религиозного и сельского туризма. В регионе действует 44 музея и их филиала. Точками развития культурного туризма являются Государственный музей истории космонавтики им. К.Э. Циолковского, историко-архитектур-

ный и природный музей-заповедник «Полотняный Завод», Военно-исторический музей Отечественной войны 1812 года.

На территории Калужской области расположен 31 монастырь, 95 действующих храмов, из которых в городе Калуге находятся 16 храмов и 7 монастырей, а также 43 церкви.

Самые известные православные святыни Калужской области — это два ставропигиальных монастыря, которые лидируют по количеству паломников, Свято-Введенская Козельская Оптина пустынь и Казанская Свято-Амвросиевская пустынь, известная как Шамордино. В Козельском районе, где расположены оба монастыря, хорошо развита инфраструктура. Представлены различные варианты средств размещения — от монастырских гостиниц до высококомфортабельных средств размещения. Недавно появился ресторанный-гостиничный комплекс «КАРС», предоставляющий комфортные условия проживания и высокий уровень сервиса.

В Калужской области активно развивается экологический туризм: многие места области являются особо охраняемыми природными территориями.

Приоритетным направлением Калужской области является сельский туризм, представленный объектами, где предлагается комплексный туристический продукт: проживание в коттеджах со всеми удобствами, экскурсионные маршруты, знакомство с фермерским хозяйством и местной природой, экологически чистое питание и др.

Значимым объектом туристской индустрии Калужской области является этнографический парк-музей «Этномир» (Боровский район), который пользуется популярностью не только у жителей Москвы (110 км, или 2 часа в пути), но и соседних регионов. Объекты санаторно-оздоровительного и культурно-образовательного назначения в сфере туризма в Калужской области способствуют формированию дополнительных туристских потоков. По территории национального парка «Угра» проходят военно-мемориальные и экскурсионно-познавательные туристские маршруты.

В 190 км (около трех часов пути) от Тулы располагается Орел. На данном этапе формирования отрасли наибольшую долю во внутреннем туризме занимают культурно-познавательный, природно-экологический, лечебно-оздоровительный и деловой туризм. Стремительными темпами развивается событийный туризм.

Наличие предпосылок развития различных видов туризма обусловило выделение и активное продвижение на территории Орловской области четырех приоритетных региональных туристских зон: «Город Орел», «Национальный парк «Орловское Полесье», «Мценск — Спасское-Лутовиново», «Город Болхов».

Основными объектами, привлекающими туристов, являются многочисленные музеи, прежде всего литературные (музей-заповедник И.С. Тургенева «Спасское-Лутовиново», Государственный литературный Музей И.С. Тургенева, включающий 6 филиалов: музеи И.С. Тургенева, И.А. Бунина, писателей-орловцев, Дома-музеи Н.С. Лескова, Л.Н. Андреева, Т.Н. Грановского).

В последние годы помимо культурно-познавательного направления в Орловской области активно стал развиваться деловой туризм, чему во многом способствует строительство туристского многофункционального комплекса «ГРИНН».

Благодаря развитию религиозного туризма в Орловской области открылась гостиница «Болховская старина», часть помещений которой воссоздают атмосферу и быт провинциального купеческого города. Развитием природно-экологического туризма в Орловской области занимается национальный парк «Орловское Полесье» (площадь 77,7 тыс. га), где обитают редкие животные и птицы, для посетителей открыт вольерный зоопарк, в котором содержится более 30 видов различных животных и птиц в просторных вольерах.

Липецкая область расположена на расстоянии 450 км от Москвы (5 часов в пути). Расстояние от Тулы до Липецка 293 км (около 4 часов пути). Регион имеет колоссальный потенциал для развития культурно-познавательного туризма, который создают мемориальный музей памяти Л.Н. Толстого «Астапово», Дом-музей Т.Н. Хренникова, Литературно-мемориальный музей И.А. Бунина, Музей-усадьба П.П. Семенова-Тян-

Шанского, Дом-музей художника Н.Н. Жукова, Мемориальный дом-музей Г.В. Плеханова, а также Музей народных ремесел и промыслов и Дом елецкого кружева. На территории области находится центр православной культуры и паломничества город Задонск, известный как «Русский Иерусалим». Большим интересом у туристов пользуется город Елец, в центре которого сохранилась историческая застройка купеческого города и уникальные храмы.

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите город Ярославской области -единственный в мире музей мыши.

2. Перечислите не менее 10 объектов туристского показа г.Москвы.

3. Назовите родину Сергея Есенина.

4. Назовите наиболее перспективными видами туризма для ЦФО

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО

3. Цели занятия:

- раскрыть сущность факторов, определяющих пространственные особенности развития туризма в регионах Российской Федерации;
- раскрыть основные положения классификации туристско-рекреационных ресурсов различных территорий РФ.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения,	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций СЗФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		обратной связи
3.	Основные туристско-экскурсионные центры СЗФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Северо-Западный федеральный округ имеет площадь 1677,9 тыс. км², насчитывает 13 462 000 человек жителей и включает два экономических района: Северный, состоящий из Архангельской, Вологодской, Мурманской областей, Республик Коми и Карелия и Ненецкого автономного округа, и Северо-Западный с областями Ленинградской с г. Санкт-Петербургом, Новгородской, Псковской и Калининградской.

Географическое положение Северо-Западного федерального округа — весьма выгодное в туристском плане. Округ граничит с Финляндией, Норвегией, Польшей, Эстонией, Латвией, Литвой и Белоруссией, имеет обширный выход в Балтийское, Белое и Баренцево моря.

Рельеф округа довольно разнообразный: и приморские низменные территории, и многочисленные возвышенности, имеющие небольшие высоты (200—300 м), чередующиеся с водоемами и покрытые лесами. В основании территории Балтийского щита лежат твердые кристаллические породы, что обуславливает разнообразие полезных ископаемых. На маршрутах по этой территории туристы зачастую собирают коллекции минералов.

В ледниковый период Кольский полуостров и Карелия были центрами материкового оледенения и представляли собой область выноса минеральных веществ. Огромные скопления валунного материала, встречающиеся в пределах северо-западного сектора Русской равнины, принесены с территории Кольского полуострова и Карелии. Ледник срезал слой пород толщиной более 10 м.

Множество больших и малых тектонических и ледниковых впадин занято озерами; это самая заозеренная территория России.

Климат юго-запада округа — переходный от морского к умеренно-континентальному. Зима сравнительно мягкая, с частыми оттепелями и пасмурной погодой, лето короткое. Средние температуры января от —3 до —7°С, июля от 15 до 17°С, осадков выпадает от 650—850 мм в год. Средняя продолжительность комфортного периода для летнего отдыха и туризма — один месяц, благоприятный период составляет три месяца. В теплый период обычно преобладают моросящие дожди, ливни бывают редко, для всего округа характерна высокая влажность воздуха. Снежный покров в среднем лежит около 120 дней, его мощность 40—70 см и только на самом западе (Псковская область) уменьшается до 40 см и менее.

В северной, северо-восточной и центральной части округа климат более суровый. Заморозки случаются в любой месяц лета. Зима на северо-востоке округа самая продолжительная в европейской части России (до 250 дней со снегом и до 100 дней ураганных ветров и пурги в год), но относительно теплая и ветреная. Январские температуры на побережье —7°С, а во внутренних округах —12...—15°С. Часто наблюдаются колебания температуры воздуха около 0°С. Вторжение теплого воздуха приносит оттепели и температуры до 2°С. Иногда при вторжении арктических антициклонов на Кольском полуострове температура понижается до —30°С.

Годовое количество осадков составляет 300—700 мм, а в горах — до 1000 мм. В связи с прохождением циклонов они выпадают в виде небольших, но продолжительных снегопадов зимой и моросящих дождей осенью. Снежный покров лежит 5 месяцев, его мощность достигает

60—70 см, а в горах более 1 м. Поэтому возникает опасность образования лавин и водоснежных потоков — внезапно и быстрого стекания насыщенных водой снежных масс по узким пологим руслам водотоков. От лавин они отличаются большим содержанием воды, каменного материала и способностью стекать по руслам с незначительным уклоном.

Свидетельство. Очевидец схода водоснежного потока писал: «...сначала почувствовал дрожание почвы, услышал гул, а затем увидел, как из-за поворота со скоростью курьерского поезда вынесся темно-серый вал высотой 4 м, заполнивший дно долины. Передний фронт вала был крутой и состоял из крутящейся массы, в которой мелькали обломки камней размером до полуметра. Следом за валом, подпирая его, двигалась вода, смешанная с грязью. Скорость потока была столь значительной, что были повалены деревья старше 80 лет».

Для Кольского полуострова и Карелии характерны частые и обильные изморозь и гололед. Они увеличивают массу и парусность конструкций, и могут приводить к их разрушениям. Так, в 1966 г. масса отложений изморози на линии высоковольтной электропередачи достигла 30 кг/м, а общая масса — 34 т, что привело к обрушению опор.

Со второй половины мая на севере Кольского полуострова начинается полярный день, но снег лежит до конца мая — начала июня.

Весна значительно холоднее осени из-за таяния снега и вторжения морского холодного воздуха с Баренцева моря.

Летом количество суммарной солнечной радиации весьма значительно (как на широте Москвы). Однако частая облачность препятствует инсоляции.

Летняя температура не высока, особенно на побережье. По мурманскому побережью средняя температура самого теплого месяца 10°C, а во внутренних округах 14—16°C. Осадки носят затяжной характер, и летом за месяц их выпадает 60—70 мм.

На севере округа климат субарктический с атлантическим влиянием. Лето короткое и холодное (средняя температура не выше 12°C). Зима холодная и продолжительная с небольшим количеством осадков. Снежный покров достигает мощности 50—60 см. Южнее Северного полярного круга климат умеренно холодный, избыточно влажный, с продолжительной морозной зимой и коротким прохладным летом.

Для территории округа характерны частые смены воздушных масс, что обуславливает очень изменчивую погоду. Вторжение арктических воздушных масс весной или летом приводит к заморозкам. Наибольшей силы достигают северо-западные и северо-восточные ветры.

Внутренние воды — реки Неман, Нева, Волхов, Свирь, Вуокса, Нарва, Луга, Великая, а также озера Ладожское, Онежское, Ильмень, объединенные системой каналов. Только на территории Карелии и Кольского полуострова насчитывается до 27 тыс. рек и речек, 150 тыс. озер, 29 водохранилищ. Реки соединяют озера в единую озерно-речную систему. Реки, текущие по Балтийскому щиту, не успевают прорезать твердые кристаллические породы: они довольно спокойные на высокой равнине, затем низвергаются к морю серией порогов и водопадов. Для рек характерны прямолинейные с коленообразными поворотами долины, изобилующие водопадами (Кивач, Суна, Гирвас) и порогами. На порогах и водопадах Кольских рек построено более 15 ГЭС.

Реки юго-запада округа, как правило, короткие, но исключительно привлекательные для спортивного рыболовства. Замерзают реки в середине ноября. Озера округа представляют хорошие уголья для водных путешествий, спорта и рыболовства. Особый интерес представляет *Ладожское* озеро — одно из крупнейших озер страны и самое большое в Европе. Озеро имеет красивые берега, заливы, около 500 островов. Летом в южной части озера поверхностный слой воды может прогреваться до 25°C, в северной — до 15—17°C.

Среди других водных уголдий выделяется *Финский залив*. Соленость его незначительная, в среднем — 6%. Температура воды в августе 15—17°C, на мелководье иногда до 20°C и выше. Залив является ценным угольем для водного спорта, главным образом, для парусного. Изрезанность берегов, особенно северных, наличие многочисленных островов (шхер) привлекают туристов своим своеобразием и красотой. Северное и северо-восточное побережья Финского залива вдоль Карельского перешейка считаются лучшими рекреационными угольями.

ми Петербурга. Прекрасные песчаные пляжи, ограниченные с севера грядами холмов и разнообразными по породному составу лесами, мягкий климат с небольшими колебаниями температур, чистый воздух, минеральные источники позволяют использовать эту территорию для комплексного лечения.

Лечебные ресурсы представлены большими запасами минеральных вод, используемых с начала XVIII в., и лечебными грязями. Из минеральных источников наибольшей известностью пользуются слаборадиоактивные Сестрорецкие минеральные воды хлоридно-натриевого типа с небольшим содержанием радона, минеральные воды в 50 км от Петрозаводска, соленые воды в Старой Руссе, расположенной в 100 км от Новгорода. Подземные воды используются на курортах в Светлогорске (гидрокарбонатная натриевая), в Зеленограде (хлоридная натриевая) Калининградской области. На сульфидных иловых и сапропелельных грязях пресных озер возникли курорты Старая Русса и Валдай в Новгородской области. В Псковской области имеются месторождения минеральных вод и сульфидных иловых и сапропелелевых грязей. На их основе работает бальнеогрязевой курорт «Хилово».

Растительность. Господствующими лесами в округе являются сосновые. Они покрывают почти всю территорию Ленинградской области и частично распространены на юге округа. От 15 до 50% территории занимают смешанные леса (ель, сосна, дуб, береза, липа, граб, ольха). Территория юго-запада округа в прошлом была лесистой, а теперь выглядит скорее «лесопольевой». В восточной части округа преобладают еловые леса. Для наиболее обжитых и давно освоенных районов (Псковская и Новгородская области) типичны березовые, осиновые леса, чередующиеся с лугами, кустарниками и сельскохозяйственными землями. Местами сохранились широколиственные леса, в частности на юге дубовые. Округ богат ягодными ресурсами. В конце июня созревает земляника, в июле — морошка, черника, малина, в конце августа — брусника.

В Карелии около 50% территории покрыто лесом, а четверть — водная поверхность.

В Вологодской области памятниками природы являются урочище Темный Мыс (вязовая роща) в с. Векса, кедровая роща в с. Чагино.

Основные туристические центры и объекты

Для округа характерна высокая концентрация городского населения с численностью, превышающей 8 млн человек. Здесь сформировалась самая крупная северная городская агломерация мира — Ленинградская (более 4,8 млн человек).

Внутри округа выделяется несколько районов, различающихся в функциональном отношении: **Санкт-Петербургский** (включающий Псков и Новгород), специализирующийся на познавательном туризме, **Приморский**, включающий две курортные зоны. Выборгскую и Ленинградскую на побережье Финского залива; **Приладожский**, включающий северо-восток Ленинградской области и специализирующийся на спортивно-туристическом и рыболовно-охотничьем отдыхе. Лечебно-оздоровительный отдых концентрируется в регионе побережья Карельского перешейка. Климатический курорт *Сестрорецк* использует в качестве бальнеологического средства сапропелелевые «гиттиевые глины».

Федеральный округ известен как крупнейший экскурсионный центр страны. Такая его специализация определяется, прежде всего, *Петербургом* — одним из мировых центров культуры и общественной жизни. Город наряду с Парижем, Римом и Венецией находится в списках ЮНЕСКО, по которым под патронаж взят весь исторический центр.

Слава Петербурга связана с героической обороной города во время Великой Отечественной войны, с подвигом ленинградцев, выстоявших 29-месячную блокаду 1941 — 1943 гг. В память об этом созданы мемориальные ансамбли на Пискаревском и Серафимовском кладбищах.

В Санкт-Петербурге есть храмы 42 конфессий, включая самую большую в Европе мечеть с фарфоровым куполом, редкий для Европы буддийский монастырь и одну из самых красивых капелл Мальтийского ордена.

Кроме того, его называют «городом мостов» — 68 рек, каналов и протоков пересекают город в разных направлениях, образуя сорок два острова. Сейчас в Петербурге насчитывается 580 мостов, в том числе 20 разводных. Число мостов вместе с пригородами — около 800. Наиболее

ценными мостами являются: Банковский и Львиный мосты через канал Грибоедова, Аничков мост через Фонтанку с бронзовыми группами укротителей львов, Зеленый, Красный и Поцелуев мосты через Мойку. Все это придает ему совершенно уникальную и неповторимую окраску по сравнению со всеми другими городами мира.

В черте Санкт-Петербурга 45 рек, рукавов, протоков и около 40 искусственных каналов общей протяженностью около 300 км, а также около 100 водоемов (озер, прудов и искусственных бассейнов). Протяженность реки Нева в черте города 28 км.

В городе насчитывается более ста музеев. Многие из них уникальны и имеют самые богатые в мире коллекции по своей тематике. В их числе: Государственный Русский музей, Эрмитаж, Кунсткамера (первый естественнонаучный музей страны), Военно-морской музей, Горный музей, музей истории религии «Казанский Собор», Петропавловская Крепость, музей-памятник «Исаакиевский Собор», музей-памятник «Спас-на-Крови», Этнографический музей, Юсуповский дворец, Музей-квартира А.С. Пушкина, Государственный музей-заповедник «Петергоф», Екатерининский дворец в Царском селе, летний дворец Петра I, домик Петра I, Мраморный дворец, Меншиковский дворец (филиал Эрмитажа), музей граммофонов, музей гигиены.

Эрмитаж — один из старейших и крупнейших музеев мира. Расположен в пяти исторических зданиях Санкт-Петербурга, включая Зимний дворец — резиденцию русских царей. Сами здания музея являются архитектурными шедеврами. Коллекции Эрмитажа насчитывают 3 млн экспонатов, от древнейших времен до наших дней. В 400 залах представлены великолепные образцы первобытного искусства, искусства Египта, античного искусства, золото скифов, обширные коллекции западноевропейского искусства и многое другое.

Его мировая слава как туристского объекта обусловлена также высокой ценностью историко-архитектурных ансамблей. Наиболее значимыми являются парадные ансамбли Невского проспекта с Казанским собором; площади: Дворцовая с Зимним дворцом (Эрмитаж), Главным штабом, штабом Гвардейского корпуса и Александровской колонной в центре; Сенатская со зданиями Сената и Синода и памятником Петру I — «Медный всадник». Один из крупнейших архитектурных ансамблей города — Марсово поле, включающее сооружения трех веков, в т.ч. Мраморный дворец, казармы Павловского полка, памятник А. Суворову. Мировую историю архитектуры нельзя представить без петербургских архитектурных ансамблей XVIII—XIX вв.: ансамбля площади Искусств со зданием бывшего Михайловского дворца (ныне Русский музей); площади Островского с Александринским театром (театр им. А.С. Пушкина) и Публичной библиотекой им. Салтыкова-Щедрина. В центре площади расположен памятник Екатерине II. Интересные ансамбли составляют Александро-Невская лавра, Смольный монастырь, архитектурно-парадный комплекс Елагина острова с Елагиным дворцом и пейзажным парком. В перечень наиболее примечательных туристических объектов города входят: Шереметьевский дворец, Таврический дворец, Адмиралтейство, крейсер Аврора, Летний сад и Инженерный замок.

Удобное экономико-географическое положение округа, близость его к Москве — крупнейшей агломерации спроса, удобные транспортные связи с Финляндией, транзитное положение по отношению к туристскому потоку из Скандинавии — все это способствует интенсивному использованию Петербурга для разнообразных экскурсий, развитию пограничного туризма, расширению сферы услуг для иностранного туризма. Петербург — один из крупнейших портов Балтийского моря. Основные водные магистрали: Волго-Балтийская водная система, Беломорско-Балтийский канал, Ладожское и Онежское озера. Скорая линия Петербург — Ярославль проходит по Неве, дальше — по Ладожскому озеру, Свири, Онежскому озеру, Волго-Балтийскому каналу, Шексне, Рыбинскому водохранилищу и Волге.

Петербург связан постоянным автобусным сообщением с 46 населенными пунктами и авиасообщением со всеми главными городами России. Основной вид транспорта для пригородных поездок — электрифицированная железная дорога. Летом железная дорога перевозит 80% всех едущих за город, зимой — до 90%. Автомобильный транспорт обслуживает главным об-

разом округи, удаленные от железной дороги, водный используется преимущественно для экскурсий.

Однако Петербург — и вторая по величине городская агломерация России. Поэтому проблемы организации пригородного и кратковременного отдыха здесь имеют особенно важное значение. В отличие от Центрального округа места кратковременного отдыха здесь тяготеют к морским побережьям и к поозерьям, шире возможности для организации водного туризма, но и в то же время сезон купаний несколько короче.

Большая популярность загородных дворцово-парковых ансамблей — *Петергофа (Петродворца), Павловска, Ломоносова (Ораниенбаума), Пушкина (Царское село)* — создает предпосылки для расширения экскурсионного обслуживания при кратковременном отдыхе, что составляет одну из специфических особенностей округа. *Петергоф* — город парков, дворцов и фонтанов, одна из всемирно известных загородных резиденций русских царей.

Гордость *Павловска* — одноименный государственный музей-заповедник. Здесь находится один из самых крупных пейзажных парков в Европе (площадь в 600 га) с летней резиденцией императора Павла I. В *Пушкине* расположен музей-заповедник с тремя парками. В дни 300-летия Санкт-Петербурга здесь была открыта воссозданная «Янтарная комната». Дворцово-парковые ансамбли (Петродворец, Ломоносов, Пушкин, Павловск) интенсивно посещают иногородние и иностранные туристы (50—70% в будние дни и 35—50% в выходные). Дворцово-парковые ансамбли испытывают большую перегрузку, в парках Петродворца, Павловска, Пушкина плотность посещений достигает 1000—1500 человек и более на 1 га центральной зоны. Для отдыха петербуржцы широко используют маломерный флот.

Кронштадт — город-крепость с множеством исторических зданий расположен на о. Котлин. В *Гатчине* расположены: государственный музей-заповедник «Гатчина». Парк является первым пейзажным парком России.

В то же время Северо-Западный округ — место концентрации охотничьих и рыболовных баз отдыха, ориентирующихся, прежде всего, на природные ландшафты — огромные лесные массивы, озера и болота.

В отличие от Москвы пригородная зона отдыха распределена менее равномерно, активнее осваиваются северные и северо-западные территории, где наибольшую ценность представляет северное побережье Финского залива. К северу и северо-западу от Петербурга по железной дороге отмечается до 40% всех отправок с вокзалов северной столицы. Очень характерно широкое использование дачного сектора. Дачи обеспечивают немногим более 15% всех отдыхающих.

Широко развита сеть лесопарков, при этом часть из них входит в город и сливается с системой городских парков. Система лесопарков сдерживает процесс отталкивания рекреационных функций.

Увеличивается дальность поездок в выходные дни. Туристы, особенно рыбаки, совершают поездки на Чудское, Онежское озера. Но в целом в выходные и праздничные дни 90% петербургских туристов путешествуют по Ленинградской области в радиусе до 100 км от города. Дальнейшее расширение радиуса поездок во многом связано с развитием личного автотранспорта.

Иностранный туризм занимает в округе исключительное место. Большинство иностранных туристов, приезжающих в Россию, стремятся посетить Петербург. Петербург очень широко посещают с кратковременным визитом гости из Финляндии. Кроме Петербурга иностранные туристы посещают Новгород и Псков. Петербург часто используется для проведения различных международных конгрессов. Развитие иностранного туризма в настоящее время сдерживается ограниченностью гостиничного фонда.

Очень интересными являются комбинированный туристический маршрут «Северо-Западный меридиан», проходящий по Чудскому озеру, городам Пскову, Новгороду, Санкт-Петербургу, по Карелии и Кольскому п-ову, и «Серебряное кольцо туризма», в виде маршрута по городам Санкт-Петербургу, Пскову, Новгороду, Вологде, Великому Устюгу, Архангельску, Петро-заводску.

На территории *Ленинградской области* наиболее популярны плановые туристские маршруты: «По Карельскому перешейку» (пеший, лыжный и велосипедный), «По Лужскому оборонительному рубежу» (водный, лыжный, велосипедный), «В край голубых озер» (велосипедный), «На берегу Нахимовского озера» (водный), «У Лосевского порога» (пеший), «Белые ночи на Vuoke», «На плотках на Vuоксе», «К побережью Финского залива».

В пределах Ленинградской области возможны самостоятельные туристские походы: пешие, водные, лыжные, велосипедные 1—2 КС, автомобильные и мотоциклетные 1—3 КС. Среди туристов-водников популярны сплавы по р. Луга. Основной округ самостоятельного туризма — Карельский перешеек с водной системой Vu-оксы, побережьями Финского и Ладожского озера, Лужский округ.

На территории Ленинградской области сохранились оборонительные сооружения: Тиверский городок (XIV—XV в.), Пярнский редут (XVII в.), деревянные церкви, почтовые станции (уд. Выра — Музей стационарного зрителя), деревянные дома, богато украшенные резьбой, архитектурные ансамбли монастырей: в Старой Слободе, Александро-Свирский, усадебные дома: «Пенаты» (Ганнибала), «Кобринское» (Пушкиных) и др., комплекс мемориальных сооружений «Зеленый пояс Славы», дворцово-парковые ансамбли в Ломоносове, Павловске, Петродворце, Пушкине, музей-диорама «Прорыв блокады».

В пределах *Новгородской области* проходят плановые туристские маршруты: «По озерам Валдая», «К Ильмень-озеру», «В край голубых озер» (пешеходные), «Волховский» (велосипедный), «К истокам Волхова» (водный), «По Северному Приильменью» (водный).

В пределах Новгородской области возможны самостоятельные туристские походы: пешие, лыжные, водные 1—2 КС, велосипедные, автомобильные и мотоциклетные 1—3 КС, спелеопоходы 1 КС. Основными округами самостоятельного туризма считается Валдайская возвышенность с озерами Валдайским, Ужинским, Селигер; лесные массивы, южный берег оз. Ильмень, долины рек Меты, Волхова. Среди туристов-водников популярны сплавы по рекам Ловать, Луга, Молога, Мета.

Бальнеологический курорт «Старая Русса» использует в качестве лечебных факторов сульфидно-иловую грязь и минеральную воду.

На территории области сохранились старинные сооружения: церковь Николы на Липне (XIII в.), церковь XIV-XV вв. в с. Косино, ансамбли монастырей.

С конца 1980-х гг. *Великий Новгород* входит в специальную экономическую зону с целенаправленным развитием туризма. С 1932 г. здесь работает крупнейшая в Европе археологическая экспедиция. Обнаружена самая древняя деревянная мостовая — 953 г. В городе существует археологический и историко-художественный музей-заповедник. Наиболее значимые объекты: Кремль «Детинец» с Софийским собором, в котором сохранились фрески XI—XII вв. и работает историческая и художественная экспозиция; «Грановитая палата» (1433 г. с выставкой декоративно-прикладного искусства XI—XIX вв.); памятник «Тысячелетие России», музей-заповедник русского деревянного зодчества «Витославицы».

По территории *Псковской области* проходят плановые туристские маршруты: «Алольский» (семейный); «Пушкинский заповедник», «По Псковщине» (пеший и велосипедный); «По реке Великой на каноэ». Через Псковскую область проходят международные и межрегиональные маршруты: «Рига — Пушкинский заповедник», «По древнерусским городам и Петербургу». Широко известен мемориальный заповедник, связанный с жизнью А.С. Пушкина, расположенный в Псковской области.

В пределах Псковской области возможны самостоятельные туристские походы: пешие и водные 1—2 КС, лыжные 1 КС, велосипедные 1—3 КС, автомобильные и мотоциклетные 1—2 КС. Основные районы самостоятельного туризма: лесные массивы Лужской, Судомской и Бежанской возвышенностей, озера и реки (Великая, Ловать, Плюсса, Шелонь), окрестности поселка Пушкинские горы, городов Себеж, Печоры, Невель.

Интересным туристским центром является г. Себеж — город на воде, на территории которого расположено 359 озер.

На территории Псковской области сохранились древние городища VI—XVI вв., остатки крепостей (XIV—XVI вв.), многочисленные церкви (XV—XIX вв.), ансамбли монастырей (XV—XIX вв.), цепной каменный мост (XIX в.) в г. Остров; имения. Многочисленны музеи: в Пскове, Изборске, Великих Луках, Себеже, Острове, а также Пушкинский государственный музей-заповедник и его филиалы в Печорах, Порхове.

В *Пскове* сохранилось около 100 архитектурных памятников, в т.ч. система оборонительных сооружений (стены и башни) Крома (кремля) — длиной около 9,5 км, многочисленные церкви XIV—XVII вв., ансамбли монастырей: Снетогорского, Ивановского, Мирожского со Спасо-Преображенским собором, построенным до 1156 г. с фресками XII в. В палатах Поганкиных расположен историко-художественный и архитектурный музей-заповедник, в экспозиции которого выставлены иконы, живопись русских художников, прикладное искусство.

По территории *Калининградской области* проходят популярные туристические маршруты: «Янтарный берег», «Балтийские дюны», «Приморье», «Куршская коса». Побережье Калининградской области называют «*Янтарным берегом*», это связано с одним из крупнейших в мире месторождений янтаря. На Куршской и Балтийской косе развит дюнный рельеф, высота дюн до 60 м. Берега Калининградской области лагунного типа. Область характеризуется благоприятными климатическими условиями для лечения сердечнососудистых заболеваний (умеренно теплый климат без резких колебаний температур). В области имеются разнообразные грязи и минеральные источники. Особо следует отметить возможности широкого применения талассотерапии. В пределах области средняя многолетняя продолжительность комфортного периода составляет от 40—45 дней на севере до 60 дней на юге. Область относится к территориям с очень малой межсуточной изменчивостью температуры воздуха. Зима сравнительно мягкая с оттепелями и пасмурной погодой, снежный покров держится 120 дней. Развитию прогулочного подтипа территориально-рекреационной системы способствует разнообразие ландшафтов и их высокая рекреационная привлекательность. Очень живописно морское побережье. Это, с одной стороны, многокилометровые пляжи, ограниченные дюнами, бордюрами сосновых и темнохвойных лесов, с другой — обрывы к морю.

В *Калининграде* сохранились кафедральный собор (XIV—XVI вв.) с могилой Канта, церковь Юдитты (XIV в.), остатки городских ворот, башен, фортов, бастионов, редутов.

В *Вологодской области* популярны краеведческие и этнографические музеи в Вологде, Великом Устюге, Белозерске, Тотьме, Кириллове, Ферапонтове. В Великом Устюге расположена резиденция Деда Мороза. Здесь широко распространены традиционные художественные промыслы: плетение кружев (зародилось в XVI-XVII вв., центры — Вологда, с. Богородское, г. Грязовец, с. Кубенское, г. Никольск и др.), чернение по серебру, эмаль, чеканка (Великий Устюг). Основными округами самодеятельного туризма являются окрестности Вологды, Тотьмы, Великого Устюга, Белозерска, Кириллова, бассейна Сухоны и ее притоков, места вдоль Волго-Балтийского канала. Здесь проводятся самодеятельные туристские походы: пешие и водные 1—2 КС, лыжные и велосипедные 1—3 КС, автомобильные и мотоциклетные 1—5 КС. В пределах Вологодской области популярны сплавы по р. Молога.

По территории *Архангельской области* проходят туристские маршруты: «От Двины к Соловкам», «К северным широтам», «По Пинеге на байдарках», «По Ваймуге на байдарках», «На шлюпках по Северной Двине», «По северной тайге» (лыжный), «по Двинским просторам» (на катере).

В пределах Архангельской области возможны самодеятельные туристские походы: пешие 1—3 КС, лыжные и водные 1—4 КС, велосипедные, автомобильные, мотоциклетные 1—5 КС, спелеопоходы 1—3 КС. Основными округами самодеятельного туризма являются таежные массивы северного Придвинья, кряжа Ветренный Пояс, Онежского Приозерья. Среди туристско-водников популярны Северная Двина с Пинегой и Вычегдой, Онега, Мезень. В области расположено около 350 озер, наиболее известные — «Константиновская» и «Голубинский проток».

На территории Архангельской области сохранились характерные для русского севера старинные жилые постройки и памятники деревянного зодчества: деревянные церкви с XVI в., деревянные колодцы с огромными воротными колесами, ветряные мельницы, бревенчатые мосты (XVIII в.) с длиной пролета до 126 м, амбары, иногда выстроенные в ряды в виде улицы. В селе Малые Карелы с 1973 г. существует музей-заповедник северного деревянного зодчества. В него из разных мест области свезли около 100 построек: колокольни, часовни, обетные кресты, дома, ветряные мельницы, амбары, бани, гумна, овины, ледники, колодцы, мосты. В ряде интерьеров работают этнографические экспозиции.

В *Архангельске* работают три театра и музей изобразительного искусства.

На *Соловецких островах* насчитывается около 170 памятников археологии, истории и архитектуры. Самые известные — неолитические святилища, стоянки древних рыбаков и охотников, средневековые саамские могильники, каменные лабиринты первого тысячелетия до н.э., знаменитый Соловецкий Спасо-Преображенский мужской монастырь, Соловецкий кремль, ботанический сад, гидроэлектростанция, каналы, дельфинарий. Ансамбль монастыря включает: мощные стены (высотой 8—11 м, толщиной 4—6 м, с 7 воротами) с 8 башнями (1584—1594), сложенными в основном из камней-валунов (длиной до 5 м). С 1974 г. Соловецкие острова — историко-архитектурный и природный музей-заповедник. Наиболее удобно добираться до Соловецких островов из карельских городов: Кемь и Беломорск.

С *Карелией* связано начало формирования сети санаторно-курортных учреждений в стране. На территории округа по указанию Петра I был создан первый в России курорт — *Марциальные воды*. Лечебные факторы: минеральные железисто-гидрокарбонатносульфатные воды, лечебные грязи и шунгит.

Республика Карелия является крупнейшей туристической зоной России. Основные виды отдыха в регионе: экскурсионные туры (Кижы — Валаам — Соловки), активный отдых (сафари на квадроциклах, сплавы по рекам и озерам, охота и рыбалка, конные и пешеходные походы), детский и молодежный отдых в лагерях, событийные и праздничные туры.

В пределах Карелии возможны самостоятельные туристические походы: пешие 1—2 КС, лыжные, велосипедные и водные 1—3 КС, автомобильные и мотоциклетные 1—5 КС. Очень широкий выбор активного отдыха: это и скалолазание, и сплав на плотках, и велопоходы. Возможна организация сплавов на надувных лодках, байдарках, катамаранах, катерах, яхтах и других плавсредствах.

Основные районы самостоятельного туризма: север Карелии с сетью рек и озер, юг Карелии с Ладожским и Онежским озерами, островами Соловецкими, Кижы и Валаамскими. Среди туристических водников популярны сплавы по рекам Поньгма, Илекса, Водла, Кемь, Вуокса, Шуя.

Природный заповедник *Кивач* — один из старейших в России. Он образован вокруг одноименного водопада, который является его основной достопримечательностью. Посещение заповедника и водопада входит почти во все экскурсии по Карелии.

Кроме заповедника «Кивач» на территории республики расположены два национальных парка — «Паанаярви» и «Водлозерский» и заповедник «Костомукшский».

В пределах Карелии проходят многочисленные лодочные маршруты: «В край Карельский», «К седой Ладоге», «От Онеги до Ладоги», «По голубому ожерелью»; зимние маршруты — «Снежная Карелия», «Зимние Кижы».

Большой поток экскурсантов направляется на *остров Валаам* в Ладожском озере, где находится Спасо-Преображенский монастырь. Здесь создан уникальный ландшафтно-архитектурный комплекс, площадь парка — 24,7 тыс. га, из которых лишь 3600 га приходятся на острова. Среди них выделяется остров Валаам. Главной достопримечательностью является ансамбль Валаамского Спасо-Преображенского монастыря. Ежегодный поток туристов на острова достигает приблизительно 90 тыс. человек.

Широко известны шедевры русского деревянного зодчества в *Кижях* на Онежском озере. Кижы — группа небольших островов в шхерах южной части Заонежского полуострова. На одном из островов расположился Кижский погост, включенный в список всемирного наследия ЮНЕСКО и ставший основой известного на весь мир архитектурного музея-заповедника.

Здесь собраны памятники архитектуры, предметы быта и иконы, которые на протяжении последних трехсот лет создавались в местных деревнях. Площадь музея около 10 тыс. га. Основные достопримечательности: Преображенская церковь, которая считается вершиной народной деревянной архитектуры, зимняя Покровская церковь, колокольня и церковь Воскрешения Лазаря (XV в.) — самый старый памятник музея. На Кижии организуются теплоходные экскурсии из Петрозаводска и Санкт-Петербурга.

На побережье Белого моря и Онежского озера сохранились наскальные рисунки (петроглифы) эпохи неолита и бронзы. В *Беломорске* предлагается экскурсия на Беломорские петроглифы, на побережье Белого моря, на 19-й шлюз Беломорканала, пешеходная экскурсия по городу и экскурсия в старинное поморское село Вирма, где расположена церковь Петра и Павла XVIII в.

Петрозаводск. Музей изобразительных искусств Республики Карелия, Карельский государственный краеведческий музей, «Дом куклы». Городская набережная.

По территории *Мурманской области* проходят: пешеходный маршрут «Беломорский», горнолыжные «Кандалакшский» и «Мурманский». На побережье Кандалакшского залива сохранились неолитические каменные лабиринты. В пределах Мурманской области возможны самостоятельные туристские походы: пешие 1—3 КС, лыжные, автомобильные, мотоциклетные, велосипедные 1—5 КС, водные 1—4 КС, горные н/к. Основными округами самостоятельного туризма являются горные массивы Хибин, Мончетундр,

Сальных тундр и Волчьих тундр, окрестности Кандалакши, берега озер Имандра и Умбозеро. Интересны музеи: краеведческий в с. Ловозеро и цветного стекла в Мончегорске. В Мурманске — мемориал в память защитникам Мурманска в годы Второй мировой войны. Из Мурманска проводится интересная производственная экскурсия и на подземную Туломскую ГЭС.

Между незамерзающим портом Мурманск и полуостровом Рыбачий есть фьорд, где построена Кислогубская приливная электростанция. На острове Кильдин имеется уникальное «многоэтажное» озеро.

В *Республике Коми* наибольший интерес вызывают сплавы по рекам Уса и Щугер. В пределах республики возможны самостоятельные туристские походы: пешие 1—4 КС, лыжные 1—6 КС, водные 1—4 КС, велосипедные, автомобильные, мотоциклетные 1—5 КС. Основными районами самостоятельного туризма являются Полярный и Приполярный Урал. Музеи в Воркуте и Сыктывкаре, археологические памятники, пещерные стоянки древнего человека на западных склонах Урала.

В республике Коми в Троицко-Печорском районе плато Мань-Пупу-Нёр стало одним из семи чудес России. В переводе с языка манси плато означает Малая гора идолов. На плато возвышаются огромные столбы выветривания, сложенные твердыми серицитокварцевыми сланцами.

В *Ненецком автономном округе* в Нарьян-Маре расположен окружной краеведческий музей. Из исторических и археологических памятников наиболее известен Пустозёрск — древнерусский город XV—XVIII вв., у оз. Пустое. Самостоятельные туристские походы проходят по р. Кара, Силоваяха, Сибирчатаяха, Б. Роговая, Б. Ою и др.; лыжные — по хребту Пай-Хой.

Сувениры. Изделия из карельской березы, изделия из шунгита, из кожи и бересты, скатерти и салфетки с традиционной заонежской вышивкой и авторские куклы.

Вопросы к обсуждению:

1. Каков климат юго-запада округа?

2. Какие виды туризма наиболее распространены в данном округе?

3. Какое архитектурное сооружение, включенное в список всемирного наследия ЮНЕСКО и ставшее основой известного на весь мир архитектурного музея-заповедника, располагается на острове Кижи?

4. Какие туристические маршруты существуют в СЗФО?

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 2. Региональные туристские центры ЮФО и СКФО

Тема 2.1. Региональные туристские центры ЮФО.

3. Цели занятия:

- сформировать представление о причинах формирования специализированных территориальных туристско-рекреационных систем факторах их эффективного развития.
- познакомиться с современными методами оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов территорий РФ.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база туристский потенциал	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЮФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Географическое положение. *Южный федеральный округ* имеет площадь 416,84 тыс. км², насчитывает 14 686 000 человек. В него входят Краснодарский край, Ростовская, Волгоградская и Астраханская области, Республики Адыгея и Калмыкия. Южный федеральный округ расположен на юго-западе России. На западе округ ограничен акваториями Черного и Азовского морей, на юге — границей с Абхазией, на западе — с Украиной, на востоке — с Казахстаном. В туристско-рекреационном отношении федеральный округ включает две туристско-рекреационные области — Кавказско-Черноморскую и Азовскую приморскую. Южный федеральный округ специализируется на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительно-го приморского отдыха, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

По **рельефу** территорию округа делят на равнинную северную, высокогорную южную, предгорно-возвышенную восточную и ступенчато-приморскую западную.

Самый высокий действующий грязевой вулкан федерального округа Карабетова гора (152 м) находится рядом со станцией Тамань.

На территории Краснодарского края много пещер. Самая протяженная — Воронцовская — занимает шестое место в списке самых длинных пещер России.

Морские пляжи Черноморского и Азовского побережий протянулись почти на 900 км. Пляжи Черноморского побережья преимущественно галечного типа (исключение составляют песчаные пляжи Анапы). В связи с недостатком пляжей создана система гидротехнических сооружений, защищающих естественные пляжи и позволяющих сооружать искусственные пляжи, созданы искусственные купальные бассейны.

Климатические условия. В целом климат округа теплый, умеренно континентальный. Средние температуры января —4°С, средние температуры июля 22°С. Период со средней суточной температурой воздуха выше 5°С длится 220 дней. Число дней с сильным ветром (более 15 м/с) — 50. Осадков выпадает 450—600 мм в год, в том числе летом 250—350 мм. Благодаря этому здесь осуществляется эффективное климатолечение. Наиболее продолжительный комфортный период оздоровительного отдыха в причерноморских субтропиках. Температура морской воды в этот период, как правило, не бывает ниже 18—19°С. Климатическая курортная зона расположена на побережье Таганрогского залива.

Население испытывает летом избыток биологически активной ультрафиолетовой радиации, а также влияние дискомфортных жарких погод. Поэтому сам округ выступает как мощный центр формирования рекреационных потребностей.

Внутренние воды округа чрезвычайно богаты: по его территории протекают реки Ея, Кубань с притоками Уруп, Лаба, Белая; Волга с рукавом Ахтубой, Дон с притоками Медведица, Хопёр, Северский Донец. Волго-Донской канал и Цимлянское водохранилище соединяет две крупные реки. Значительную рекреационную роль играют водохранилища: Краснодарское, Шапсугское и Тщикское, а также горные озера — Кардывач и Абрау. На соленом озере Маныч-Гудило расположен курорт «Маныч». На побережье Азовского моря и Таманском полуострове находятся озера-лиманы.

Растительность в центрах санаторного лечения и оздоровительного отдыха — в основном искусственные насаждения, среди которых много экзотов. Курортные парки представляют собой пример антропогенных ландшафтов полифункционального использования: для дозированных прогулок, размещения основных общекурортных учреждений (минеральных ванн, бюветов, музеев и т.д.). Леса и парки занимают 7% территории, они имеют большое значение для формирования минеральных источников и широко используются как прогулочный фонд. На северной территории округа преобладают распаханые пространства степного пояса.

Лечебные ресурсы. В Сочинском районе открыты около 50 источников минеральной воды и месторождения иловых грязей. Бальнеологические курорты функционируют в Горячем Ключе, Хадыженске, Краснодаре и Майкопе. В верховьях р. Мзымты находится Долина нарзанов. *Контингент отдыхающих* различается в зависимости от специализации округов. На известном детском курорте Анапа ведущей группой являются отдыхающие в возрасте 30—39 лет (более 45%), среди которых преобладают родители с детьми. Группа отдыхающих в возрасте 25—39 лет выделяется в Сочи, для которого также характерен семейный отдых.

Длительность пребывания отдыхающих в различных функциональных районах неодинакова. Наиболее типичны группы, отдых которых длится от 12 до 30 дней, что соответствует длительности сроков пребывания в домах отдыха, на турбазах и в санаториях. Города с преобладанием оздоровительного отдыха характеризуются высоким удельным весом группы отдыхающих с продолжительностью пребывания менее 20 дней (53% в Сочи, 54% в Туапсе).

Оздоровительный отдых осуществляется в пансионатах, домах и на базах отдыха. На их основе на Черноморском побережье образовались два крупнейших рекреационных объединения — Большой Сочи и Геленджик—Туапсе.

Экскурсионно-познавательный отдых осуществляется на туристских маршрутах с использованием турбаз, расположенных в культурно-исторических и промышленных центрах Кавказа.

Центральная зона. *Симферополь* — центр федерального округа, крупный туристский и транспортный центр Крыма, где находятся несколько туристских учреждений, в том числе гостиница «Таврия» и др. Отсюда начинаются многие туристские маршруты по Крыму.

Бахчисарай. Главные достопримечательности: комплекс Свято-Успенского пещерного монастыря, средневековое городище Чуфут-Кале.

Старый Крым. Главные достопримечательности: мечеть Куршун-Джами (руины), курган Мамая, мечеть Узбека и медресе.

Южный берег Крыма — узкая полоска побережья Черного моря, защищенная от северных холодных ветров полосой Крымских гор и поэтому обладающая благоприятным для здоровья субтропическим климатом. Берег протянулся на 80 км вдоль Черноморского побережья от Фороса до Гурзуфа. На этом сравнительно небольшом отрезке побережья разместились два города — Ялта и Алушка и еще девять поселков: Форос, Симеиз, Кореиз, Мисхор, Гаспра, Ливадия, Массандра, Никита, Гурзуф.

Большая Ялта широко известна как климатический курорт и как музей под открытым небом с богатейшими историческими, культурными и архитектурными памятниками. Главные достопримечательности *Ялты*, ялтинский зоопарк «Сказка», аквапарки, винный зал дегустаций.

Форос — первоклассный курорт с хорошей лечебной и диагностической базой. Форосский парк является одним из лучших в Крыму памятников садово-парковой архитектуры XIX в. Интересными достопримечательностями являются Форосская церковь Воскресения и имение Тессели.

Симеиз. Уникальную живописность этому красивейшему месту курорта придают обрывистые берега и прибрежные скалы Дива, Панеа, Лебединое крыло, а также гора Кошка, являющаяся ландшафтным и историко-архитектурным заповедником. Сегодня здесь размещаются первоклассные санатории, в основном противотуберкулезного профиля. Выше горы Кошка находится Симеизская астрофизическая обсерватория.

Алушка. Главной достопримечательностью города, принесшей ему всемирную известность, стал знаменитый дворец, построенный по проекту архитектора английского королевского двора Э. Блора в стиле замка эпохи Тюдоров. Вокруг него на площади 40 га раскинулся живописнейший парк, созданный под руководством талантливого садовника К. Кебаха. Дворцово-парковый ансамбль в Алушке является уникальным памятником истории и архитектуры первой половины XIX в. Сегодня это — одно из самых посещаемых достопримечательных мест Крыма.

Кореиз. Этот поселок расположен у подножья горы Ай-Петри, в 15 км от Ялты. Юсуповский дворец в Кореизе — одно из замечательных творений архитектора Н. Краснова.

Мисхор считается самым теплым местом на Южном берегу Крыма. Обширную территорию в поселке занимает парк — выдающийся памятник садово-паркового искусства конца XIX — начала XX в. На даче «Нюра», которая находится в Мисхорском парке, жил М. Горький. Примечательна городская скульптура Мисхора: «Русалка», «Девушка Арзы и разбойник Али-Баба».

Гаспра. На его территории расположены санатории «Парус», «Марат», «Днепр», «Жемчужина», «Сосновая роща», турбаза «Кичкине», пансионат «Ясная поляна». Достопримечательностью Гаспры является небольшой замок на Аврориной скале, известный под названием «Ла-

сточкино гнездо». Внимания туристов заслуживают три дворца — бывшие владения императорской семьи «Харакс», «Кичкине» и «Дюльбер», которые сейчас являются корпусами одноименных здравниц. Неподалеку от «Кичкине» — видовая площадка, называемая «капитанский мостик».

Ливадия всемирно известна тем, что в феврале 1945 г. здесь состоялась конференция глав правительств трех союзных держав антигитлеровской коалиции. В Ливадийском дворце размещалась американская делегация во главе с президентом Ф. Рузвельтом. В Белом зале дворца происходили заседания. С 1974 г. во дворце открыт выставочный комплекс.

Массандра. В конце XIX в. у поселка Массандра строится дворец для Александра III (ныне музей). Сегодня Массандра известна всему миру как место производства вина с маркой комбината «Массандра».

Никита (Ботаническое). Сегодня Никитский ботанический сад — одна из достопримечательностей Большой Ялты, естественный музей, уникальное научное учреждение, хранитель редчайших образцов растительного мира всех субтропических регионов планеты. Здесь собраны крупнейшие коллекции субтропических, орехоплодных и технических культур, редких, исчезающих и эндемических. Гордостью сада является арборетум, в котором собрано около 1900 видов и форм дикорастущих деревьев и кустарников, завезенных со всех уголков земного шара.

Алушта — курорт, в котором насчитывается более 90 санаторно-курортных и лечебно-оздоровительных учреждений. В него входят населенные пункты: Партенит, Бондаренково, Лазурное, Малореченское, Солнечногорское и др.

Феодосия. Главными достопримечательностями курорта являются: дом-музей И.К. Айвазовского и здание бывшей дачи Стамболи.

Западное побережье. Евпатория располагает лучшими в Крыму песчаными пляжами, целебными грязями и рапой Мойнакского озера, термальными источниками минеральных вод.

Саки — старейший бальнеологический курорт страны. Здесь успешно лечат болезни спинного мозга, заболевания опорно-двигательного аппарата, мышц сухожилий и периферической нервной системы, а также гинекологические и некоторые другие болезни. Главное лекарство курорта — лечебные грязи и рапа Сакского озера. В Саках несколько санаториев, среди них — уникальный специализированный санаторий для лечения спинальных больных, носящий имя академика Н.Н. Бурденко. Санаторий «Полтава», пансионаты и базы отдыха расположены у моря.

Севастополь. Главные достопримечательности: адмиралтейский собор Св. Владимира, Малахов курган, аквариум-музей Института биологии южных морей, панорама «Оборона Севастополя 1854—1855 годов», диорама «Штурм Сапун-Горы 7 мая 1944 года», военно-исторический музей Черноморского флота, военно-морской музейный комплекс «Балаклава», графская пристань, генуэзская крепость Чембало, национальный заповедник античного греческого города Херсонес Таврический, дельфинарий. Севастополь — крупный порт — место базирования Черноморского флота.

Сувениры. Крымские вина превосходны, особенно десертные типа «Красный Камень», «Нектар Массандры», сухие вина «Абрау» и «Мисхако», крепленые вина из Массандры, особенно «Черный Доктор».

Азовская приморская туристско-рекреационная область оздоровительного направления занимает северо-восточное и восточное побережье Азовского моря. Область ориентируется на организацию лечебно-оздоровительного отдыха населения. Молодость области и близость ее к традиционным лечебно-оздоровительным округам страны обусловили сравнительно небольшую долю санаториев, домов отдыха и туристских учреждений. Число курортов республиканского значения здесь невелико, преобладают учреждения отдыха местного значения. В области ежегодно отдыхает более 900 тыс. человек.

Азовская область выделяется наименьшей освоенностью среди западных приморских областей Южного федерального округа. Это определяет ее положение как «резервного» округа для обеспечения отдыха не только тяготеющих к нему промышленных округов, но и ряда глубин-

ных округов европейской территории России. Здесь велики запасы грязей, рапы. Геологические запасы грязей составляют от нескольких десятков до сотен тысяч кубических метров, но используется в несколько раз меньше. Курортами освоены иловые (хлоридно-натриевые, гидрокарбонатные, гидрокарбонатно-хлоридные натриевые и др.) грязи. Часть грязей транспортируется для курортного грязелечения в другие районы страны. В области более 15 месторождений минеральных вод, в том числе термальных; преобладают хлоридно-натриевые и кальциево-натриевые с минерализацией от 2 до 35 г/л.

Побережье является основным местом кратковременного отдыха городского населения. Так, побережье Таганрогского залива играет роль пригородной зоны для Таганрога, Азова и Ейска, Темрюкский залив и восточное побережье — для Краснодара.

В округе сложилось несколько курортов — Ейск, Приморско-Ахтарск и др. лечебно-оздоровительного профиля. На курортах лечат заболевания системы кровообращения, органов пищеварения и дыхания, нервной системы и др. Возможно, что при дальнейшем освоении побережья произойдет смыкание отдельных курортных территорий в единую курортную полосу.

Вместимость курортных округов по Азовскому побережью Краснодарского края России составляет 550 тыс. мест. Неблагоприятные для лечебно-оздоровительных целей территории отведены под заповедники и заказники (плавнево-болотные низины Кубанского Приазовья).

Группу самодеятельно отдыхающих привлекают сюда хорошие пляжи, теплое море, ранние овощи и фрукты. Численность самодеятельно отдыхающих составляет около 350 тыс. человек. Максимум их прибытия совпадает с максимумом (июль—август) прибытия организованных отдыхающих.

Продолжительность периода со средней суточной температурой выше 15°C составляет пять месяцев. Купальный сезон длится более четырех месяцев.

Многочисленные косы с хорошими пляжами имеют длину несколько десятков километров при относительно небольшой ширине (от 0,5 до 1,5—2 км). В целом длина Азовского побережья составляет около 1500 км.

Существенным препятствием для дальнейшего рекреационного освоения округа является проблема водоснабжения. Округ относится к засушливой зоне, испытывающей дефицит в источниках водоснабжения, особенно для питьевых целей.

По территории округа проходят восемь федеральных (из которых четыре семейных) и шесть основных местных маршрутов с общей пропускной способностью около 30 тыс. человек в год. Число участников экскурсий составляет около 2 млн человек. Тематика экскурсий связана с историей культуры, прошлым и современностью городов, с Великой Отечественной войной, археологическими памятниками и природными достопримечательностями.

В последние годы в округах курортов и мест туризма получила развитие сувенирная промышленность, восстанавливаются кустарные промыслы; построены предприятия, производящие туристское оборудование, оборудование для рекреационных учреждений. Собственная строительная база, промышленность строительных материалов позволяют осуществлять застройку курортов.

Вопросы к обсуждению:

1. Чем известна Ливадия?

2. В каком городе-курорте находится дом-музей И.К. Айвазовского и здание бывшей дачи Стам-боли?

3. Чем примечательна Азовская область?

4. Развитие туризма в ЮФО в настоящее время. Что примечательного.

2. РАЗДЕЛ 2.Региональные туристские центры ЮФО и СКФО

Тема 2.2. Региональные туристские центры СКФО.

3. Цели занятия:

- сформировать понимание специфики распространения практики путешествий в России и её регионах;
- познакомиться с основными туристскими центрами СКФО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций СКФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Географическое положение. Северо-Кавказский федеральный округ имеет площадь 159,86 тыс. км², насчитывает 8215 тыс. человек и расположен на юго-востоке перешейка между Черным, Азовским и Каспийским морями. На востоке округ граничит с акваторией Каспийского моря, на юге — с Грузией, Азербайджаном и двумя самопровозглашенными странами Абхазией и Южной Осетией. По морю проходит граница с Казахстаном.

В административном отношении в округ входят Ставропольский край, республики: Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкесия, Северная Осетия-Алания, Ингушетия, Чечня, Дагестан. В туристско-рекреационном отношении округ делится на Горно-Кавказскую, Северо-Кавказскую и Прикаспийскую туристско-рекреационные области.

Рельеф Северо-Кавказской области представляет собой возвышенность, расчлененную глубокими долинами и ущельями. Последние частично покрыты лесами и выступают хорошей естественной базой для организации терренкуров и маршрутов ближнего туризма.

Рельеф Горно-Кавказской области пригоден для туристских маршрутов и альпинистских восхождений всех категорий сложности. Среди вершин Кавказа девять шестой категории сложности, оцененной по таким критериям, как техническая сложность восхождения и длина траверса, и около 30 вершин, превышающих 4000 м. Это позволяет проводить в области разнообразные восхождения — от начальных, связанных с обучением молодых альпинистов, до сложных, соответствующих самым высоким требованиям. Ставропольская возвышенность. Водораздельный и Боковой хребты Кавказа с высочайшей горой — Эльбрус (5642 м). В настоящее время эта гора включена в список семи чудес России.

Климат горных районов зимой способствует организации горнолыжного спорта: продолжительное (4—5 месяцев, в высокогорье — до 7 месяцев) залегание снежного покрова и его высота (50—100 см), а также обилие солнечных дней при безветренной погоде. Но такие участки четко локализованы, что ограничивает возможности массового развития лыжного спорта.

Большие проблемы вызывает широкое распространение лавиноопасных участков.

Внутренние воды — в основном типично горные реки, с большой скоростью течения, которые сейчас используют для занятий водным слаломом, а также Кубань с притоками, Кума с притоком Подкумок и др. Озера преимущественно соленые — Довсун, Додыньское, Сергиевское и горные — Кезеной ам. Около городов-курортов создана сеть рекреационных водохранилищ (купание, катание на лодках) общей площадью 105 га. Действуют две канатные дороги гондольного типа.

Лечебные ресурсы. *Минеральные источники* — основное природное богатство округа. Они давно используются в лечебных целях. На курортах Кавказских Минеральных Вод выявлено 130 источников, из которых разрабатываются более 90. Общий дебит составляет 10 млн л воды в сутки. Минеральные воды Кавказа представлены следующими основными типами: углекислыми; азотными щелочными термальными различного ионного состава (преимущественно натриевыми); азотными, азотно-метановыми и метановыми.

Пятигорск занимает первое место среди курортов по числу источников и разнообразию типов минеральной воды. По химическому составу в Пятигорске различают пять типов минеральных вод: углекислые сероводородные, гидрокарбонатно-сульфатно-хлоридно-кальциево-натриевые горячие, теплые и холодные воды, употребляемые для ванн и питья; углекислые бессероводородные питьевые теплые и холодные воды; углекислые бессероводородные железистые питьевые воды; радоновые воды, применяемые как для ванн, так и для питья; углекислые гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые питьевые воды.

Источники *Кисловодска* холодные, углекислые, гидрокарбонатно-сульфатно-кальциевые, относительно однородные по составу, различаются содержанием сульфатов и применяются для ванн и питьевого лечения.

В *Ессентуках* все источники холодные, но различаются по химическому составу: углекислые гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые питьевые (№ 4 и 17); углекисло-сероводородные гидрокарбонатно-хлоридно-натриевые, используемые для ванн (№ 1 и 2); сероводородные и гидрокарбонатно-сульфатно-натриево-кальциевые для ванн; (Гаазо-Понамаревский источник); сульфатно-гидрокарбонатно-кальциево-натриевые питьевые и для ванн (№ 20).

Воды *Железноводска* мало отличаются одна от другой по химическому составу, но их температура варьирует от 16 до 55°C. Они относятся к типу гидрокарбонатно-сульфатно-натриево-кальциевых вод и применяются для питья и ванн (источники № 1, «Славяновский», «Смирновский»).

На курортах Кавказских Минеральных Вод широко используется лечебная иловая грязь Тамбуканского озера. Озеро находится в 11 км от Пятигорска, его вода сильно насыщена солями натрия (до 60 г на 1 л), калия, магния, содержит соединения хлора, серы и других элементов. Для спортивного отдыха используются туристские базы и альпинистские лагеря. Из 125 туристских маршрутов 88 могут быть определены как спортивные (78 горно-туристских и 10 горнолыжных). Наибольшей спортивно-рекреационной специализацией выделяется Горно-Кавказская область.

Если в Домбае — горно-спортивном центре Кавказа — ведущей группой отдыхающих являются молодые люди в возрасте 16—24 лет (около 51%), то в Кисловодске — системе лечебно-санаторного типа — отдыхающие старше 40 лет составляют около 50%. Пребывание более 30 дней зафиксировано на детских курортах и на курортах Кисловодска и Ессентуков. Туристско-рекреационные области. *Северо-Кавказская область* возникла на базе месторождений минеральных вод, сочетающихся с комфортным умеренно теплым среднегорным климатом. В структуре рекреационных предприятий преобладают санатории (84% мест). Основу области составляет созвездие городов-курортов с крупным транспортным узлом Кавказские Минеральные Воды. Это одно из крупнейших в России рекреационных соединений лечебного типа, включающее города-курорты Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки, Железноводск и г. Минеральные Воды.

Курорт «Кавказские Минеральные Воды» выполняет многочисленные функции. Это — крупнейший лечебный комплекс с высокой эффективностью лечения (свыше 99% лечившихся в санаториях выписаны с улучшением состояния здоровья); центр экскурсионного туризма, где проходит 21 федеральный маршрут; зона кратковременного отдыха и один из культурных центров на Юге России: каждый курорт Кавказских Минеральных Вод имеет примечательные экскурсионные объекты. Между городскими курортами осуществляется интенсивный обмен экскурсиями. Наиболее привлекательны в экскурсионном отношении Кисловодск и Пятигорск.

Организация лечения — главная отрасль хозяйства округа, в которой занято более 60% трудоспособного населения городов.

Пятигорский курорт специализируется на лечении органов пищеварения, заболеваний опорно-двигательного аппарата, а также нервных, гинекологических, кожных заболеваний. Специализация Кисловодска — лечение сердечно-сосудистых заболеваний. В Ессентуках и Железноводске лечат главным образом заболевания органов пищеварения.

Ежегодно в этот округ прибывают свыше 1,5 млн человек. Из них более 400 тыс. получают по путевкам полный набор услуг, более 200 тыс. лечатся по курсовкам, еще 500 тыс. человек останавливаются в гостиницах, снимают комнаты у местного населения, питаются в столовых и имеют возможность пить минеральную воду, осуществлять климатолечение, пользоваться терренкуром и т. д. Кроме того, ежегодно более 450 тыс. туристов останавливаются в городах-курортах на 2—3 дня, тогда как среднее пребывание лечащихся на курортах превышает 20 дней.

Для обеспечения курортов минеральной водой кроме буровых создается система минералводопроводов, поставляющих воду в города-курорты из отдаленных источников. С 1974 г. действуют четыре магистральных минералводопровода общей протяженностью 100 км.

Горно-Кавказская область лежит в высокогорных округах Большого Кавказского хребта.

Основной тип предприятий — туристские базы (65% номерного фонда области), связанные друг с другом и соседними кавказскими областями системой туристских маршрутов.

В области сосредоточены главные горнолыжные центры страны (25% бугельных, маятниковых и кресельных дорог страны), основная часть альпинистских лагерей (70% федерального числа мест), большое число туристских баз (15% мест федерального фонда). Можно сказать, горнолыжный спорт и горный туризм определяют федеральную специализацию этого рекреационной области.

Помимо Домбай-Архызского микроокруга планируется создание еще пяти горных туристских микроокругов: Приэльбрусья, высокогорной части Кабардино-Балкарии, Северной Осетии и двух комплексов в Дагестане.

Горный Кавказ может рассматриваться и как место познавательного туризма. На территории округа имеются уникальные памятники архитектуры и культуры. Среди них византийские храмы X—XI вв. в округе Теберды, памятники народного зодчества в Дагестане и др.

Домбайская поляна представляет собой территориально-рекреационную систему горно-туристского типа. Она используется как федеральный центр горно-спортивного туризма и горнолыжного спорта, функционирующий с января по апрель, как федеральный альпинистский центр и как экскурсионный центр для населения Северного Кавказа и лечащихся на курортах Кавказских Минеральных Вод (максимальная удаленность 6—7 ч), как место отдыха воскресного дня для жителей Кабардино-Балкарии, Ставропольского и Краснодарского краев (максимальная удаленность 4—5 ч).

Сроки пребывания на Домбайской поляне при транзитных маршрутах не превышают 4—6 дней. Частично Домбай используется как центр радиальных маршрутов — на Чухурский и Софруджинский водопады, на ледник Алибек и др. (всего около 15 радиальных маршрутов). В Домбае имеются условия для организации горно-туристских маршрутов всех категорий трудности, в частности здесь более 10 вершин, позволяющих совершать восхождения пятой категории трудности, и горные перевалы, расположенные на высоте около 3000 м и различающиеся по категориям трудности от 1А до 3А.

В Домбае функционируют гостиницы («инопланетная» гостиница «Тарелка»), турбаза и поселок для обслуживающего персонала. Благоустроенная шоссейная дорога связывает Домбай с курортом Теберда и Северным Приютом. Работает канатная дорога кресельного типа протяженностью около 1,7 км.

Архыз — формирующаяся территориально-рекреационная система горно-туристского типа. Это федеральный туристский центр (через него проходят 3 федеральных, 4 краевых и 10 категорийных маршрутов для самостоятельных туристов), федеральный центр горнолыжного спорта, экскурсионный центр для населения Северного Кавказа и отдыхающих на курортах Кавказских Минеральных Вод, округ отдыха выходного дня жителей Ставропольского края и близлежащих округов.

Срок пребывания в Архызе туристов плановых маршрутов не превышает 6—7 дней. Часть маршрутов построена так, что Архыз является центром радиальных выходов в долины Кизгыча, в Баритную балку, на Софийские озера, Софийский ледник и в другие места. Из-за неразвитости материально-технической базы, удаленности от основной автострады Невинномысск — Теберда и отсутствия асфальтового покрытия на отрезке дороги 20 км поток отдыхающих сюда в 4 раза меньше, чем в Домбай.

Особую туристскую привлекательность имеют высокогорные озера, которых в Архызе около 80. Четверть территории Архыза занято лесами — лиственными (25%), пихтовыми (40%), сосновыми (30%).

Многие экскурсионные объекты относятся к числу уникальных, например Аланское городище в Нижнем Архызе и могильники в верховьях балки Кривой, Северный храм X—XI вв., 800-летний пихтач в долине Кизгыча.

Сейчас в Архызе туристов принимают пять капитальных зданий и палаточный городок, деревянные и шиферные дома турбазы. Кроме того, имеется несколько ведомственных баз отдыха, функционирующих только летом. В Нижнем Архызе в капитальных каменных строениях бывшего монастыря разместилась детская туристская база. Туристские базы в Архызе имеют собственные электростанции на жидком топливе и систему коммунальных услуг.

Прикаспийская область — одна из самых перспективных для развития купально-пляжного отдыха в сочетании с горно-спортивным и лечебным направлениями в силу своих природных условий и удобного территориального положения. Однако освоение Каспийского побережья для рекреации требует больших усилий. Главные проблемы освоения этой территории связаны с терроризмом, нестабильной политической обстановкой.

Основные туристские объекты расположены в городах: Махачкале, Буйнакске, Дербенте, Избербаше; курортах Талги, Манасе, Каякенте. Крепость Нарын-Кала в Дербенте признана ЮНЕСКО памятником истории мирового значения.

В столице Чечни — в г. **Грозном** расположена мечеть «Сердце Чечни» имени Ахмата Кадырова. Мечеть входит в исламский комплекс республики. В него также входит центральный офис Духовного управления мусульман, Российский исламский университет им. Кунта-хаджи Кишиева, исламская библиотека, общежитие для студентов и гостиница. На территории, прилегающей к мечети, создана зона отдыха на берегу реки Сунжа с садом и несколькими фонтанами. Мечеть рассчитана на 10 тыс. мест, является самой большой и высокой действующей мечетью в России и Европе.

Сувениры связаны в первую очередь с народными промыслами национальных республик. В горных селениях распространено производство следующих изделий: обработка металла (Кубачи), чеканка по меди (Гоцатль), изготовление керамики (Балхар), изделий из серебра (Авария), ювелирных изделий (Кумух).

Вопросы к обсуждению:

1. Чем знамениты Кавказские Минеральные Воды?
2. Какая область одна из самых перспективных для развития купально-пляжного отдыха в сочетании с горно-спортивным и лечебным направлениями в силу своих природных условий и удобного территориального положения?
3. В каком городе расположена мечеть «Сердце Чечни» имени Ахмата Кадырова?
4. На каких курортах используется лечебная иловая грязь Тамбуканского озера?

2. РАЗДЕЛ 3. Региональные туристские центры УФО и ПФО

Тема 3.1. Региональные туристские центры УФО

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры УФО.
- познакомиться с основными туристскими центрами УФО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	Информационная лекция Обзорная

		лекция Лекция- дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций УФО.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция- дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Уральский федеральный округ имеет площадь 1788,9 тыс. км², насчитывает 12 254 000 человек, и в него входят области: Челябинская, Курганская, Свердловская, Тюменская с Ханты-Мансийским автономным округом — Югрой и Ямало-Ненецким автономным округом.

Географическое положение. Округ лежит в основном на территории Западно-Сибирской равнины, включая Северный, Средний и Южный Урал. На севере округ омывается водами Карского моря, на юге граничит с Республикой Казахстан.

Рельеф. Общая длина гор Уральского хребта с севера на юг около 2000 км, а ширина хребта — 40—60 км. Наибольшие высоты отмечаются в Приполярном Урале — г. Народная (1895 м), на Северном Урале — г. Тельпосиз (Камень ветров) и Южном Урале — г. Ямантау (Худая гора высотой 1640 м). Туристов привлекают в этот округ невысокие абсолютные отметки Уральских гор, положение в центре страны на пересечении широтных магистралей. На территории Южного Урала особенно популярны для альпинистов вершины: Таганай (Подставка Луны), Юрма (Не ходи), Кресло Дьявола. На Северном Урале туристы посещают невысокие плосковершинные кряжи — пармы и волнистые возвышенности — чугры. Плоскогорья Северного Урала украшены причудливыми колоннами (болванами) из сцементированных конгломератов и других стойких пород высотой десятки метров.

На Урале широко распространены карстовые формы рельефа. Самыми крупными являются пещера Сумган на Южном Урале и Игнatieвская пещера в Челябинской области.

В гранитных интрузиях Урала сосредоточены месторождения коренного золота и драгоценных камней, среди которых мировую известность получил уральский изумруд. Особенно богат поделочными минералами Ильменский хребет (748 м), он знаменит скоплением 200 различных минералов, среди которых есть и уникальные. В 1920 г. здесь создан минералогический заповедник.

Климат большей части территории типично континентальный, на севере округа арктический и субарктический; средние температуры января от —14 до —28°С, июля от 6 до 22°С, осадков 300—500 мм в год и до 800 мм в горах. Комфортный период для летних видов отдыха и ту-

ризма в северной части отсутствует, средняя продолжительность такого периода в средней части составляет 30—40 дней, в районе Магнитогорска — до 50 дней. Продолжительность благоприятного периода для летнего отдыха и туризма колеблется от нескольких дней на севере до 120 на юге. Период купания ограничен соответственно 3—90 днями. Высота снежного покрова меняется от 800 до 500 мм к югу, а продолжительность его залегания — от 205 до 170 дней. В самый холодный период (декабрь-февраль) здесь преобладают умеренно морозные и значительно морозные погоды (75%). Рекреационное использование горных районов на высотах свыше 1000 м в зимний период осложняется сильными метелями, когда скорость ветров достигает 40 м/с. В южной части округа зауральские территории характеризуются малоснежными зимами (300—400 мм с продолжительностью залегания 140—160 дней) и сильными метелями. Лето здесь жаркое и сухое в отличие от более северных и горных частей.

Внутренние воды. Округ имеет разветвленную речную сеть, в основном принадлежащую бассейну р. Оби, использование которой в ряде мест затруднено из-за интенсивного хозяйствования или из-за древесных завалов на ее притоках. В некоторых частях округа из-за карстовых процессов гидросеть разрежена. Основные реки: Обь, Иртыш, Урал, Белая, Сакмара, Миасс, Тобол, Исеть, Тавда, Тура, Кама, Вишера. Озер в округе немного — Увильды, Иртяш, Тургояк, Чебачье. Большая часть из них расположена на восточном склоне Урала, в Челябинской области. Здесь находится и самое большое озеро округа — Увильды с площадью акватории 68,1 км². В бассейне реки Исеть озера занимают около 800 км². Они очень живописные, с обрывистыми, покрытыми лесами берегами, некоторые из них используются в рекреационных целях. Многие озера богаты рыбой (сиг, карп). В округе довольно много искусственных водоемов — водохранилища на Чусовой, Урале, Уже. Много искусственных прудов, наиболее крупные из них — Верхнеисетский и Нижнетагильский. В Курганской области 25—30% озер соленые. Рапа и иловая грязь некоторых соленых озер используется в лечебных целях, в том числе на курорте «Медвежье». В Тюменской области наиболее известны сапропели оз. Ахманка (запасы грязи более 10 млн т) и глинистые сапропели Ишимского района (запасы грязи до 8 млн т). Лечебные ресурсы округа уникальны — естественные горячие пары (40—50°С) и сухие газы (50—70°С) углекисло-кислородного, азотно-кислородного составов. Температура газов у поверхности трещины 37—160°С, на глубине 80—90 м — до 300°С. В округе функционируют бальнеологические и климатические курорты «Курьи», «Нижние Серьги», «Самоцвет» (Свердловская область), «Озеро Медвежье», «Озеро Горькое» (Курганская область).

Растительность. Леса занимают от 4 на юге округа до 80% в таежной зоне. Породный состав лесов меняется с севера на юг от пихтово-еловых до смешанных, лесостепных (преимущественно березовых) и участков целинной степи. Округ благоприятен для спортивно-промысловой охоты, объектом которой могут служить заяц-беляк и заяц-русак, куница, лисица, белка.

В регионе есть несколько заповедников — Ильменский (32,1 тыс. га), Юганский, Северо-Сосьвинский.

Среди примечательных природных объектов в округе выделяются: известняковые обнажения по рекам Ивдель и Северная Тошемка, дубравы, оз. Тангжуй и др. в Свердловской области, озера, участки темнохвойной тайги в Челябинской области.

Отдыхающие. Федеральный округ характеризуется высоким уровнем урбанизации. Это в значительной степени предопределяет основную задачу рекреационного хозяйства округа — обеспечение отдыха местного населения. В структуре лечебно-оздоровительных учреждений округа первое место по числу мест занимают базы отдыха (42,2%), затем следуют санатории и пансионаты с лечением (30,6%), дома отдыха и пансионаты (18,4%), туристские учреждения (8,8%). Уральский округ отличается развитием садоводческих товариществ, охотничьих и ры-

боловных хозяйств (16,5% фонда страны — первое место в стране) и высокой обеспеченностью населения детскими лагерями.

В настоящее время основной контингент отдыхающих формируется за счет населения округа — главным образом рабочих и служащих промышленных предприятий Урала. Из округа сравнительно большой поток отдыхающих направляется в Южный и Северо-Кавказский федеральные округа, значительные потоки — в Центральный и Северо-Западный. Поток отдыхающих из других округов пока несущественный. В основном это самостоятельные туристы.

На территории округа действуют четыре федеральных и 25 местных маршрутов. В пределах округа возможны самостоятельные туристские походы: пешие (по местам бажовских сказок) 1—4 КС, лыжные и горнолыжные 1—2 КС, водные 1—2 КС, велосипедные 1—5 КС, автомобильные 1—5 КС, мотоциклетные 1—5 КС, спелеопоходы 1—3 КС. По Курганской области проходит маршрут «Конный по Зауралью». Среди туристов-водников популярны сплавы по рекам Юрюзань, Сосьва, Пышма, Сылва, Тура. На границе «Европа — Азия» проводятся весьма популярные слеты туристов.

В отличие от многих других округов большинство местных туристских маршрутов рассчитано на активное движение, что в известной степени ограничивает участие в них туристов старших возрастов. Следует отметить относительно малую подвижность населения внутри округа, что объясняется прежде всего высокой концентрацией рекреационных учреждений вблизи населенных пунктов. В структуре экскурсий большую долю составляют загородные экскурсии.

В функциональном отношении в округе выделяются следующие части: северная — экологического туризма, охоты и рыбалки, западная — лечебно-оздоровительная, пригородного отдыха, познавательного и водного туризма; южная — горного туризма, лечебнооздоровительная.

Культурно-познавательные объекты распределены сравнительно равномерно по всему округу, но основная их часть концентрируется в крупных городах.

В Екатеринбурге действуют оперный театр, краеведческий, минералогический музеи, музей изобразительных искусств с коллекцией каслинского чугунного литья, персональные музеи, связанные с именами Д.Н. Мамина-Сибиряка, П.П. Бажова, театры, памятники архитектуры, сооружен храм на месте расстрела царской семьи. Создан музей Д.Н. Мамина-Сибиряка в старом горнозаводском пос. Висим — родине писателя. Архитектурными памятниками столицы Урала являются музей архитектуры (усадьба Харитоновых), дом Севастьянова, резиденция представителя президента. Высотной доминантой города является небоскреб «Высоцкий». Из городской скульптуры популярна «Клавиатура».

В Свердловской области расположен Верхотурский кремль.

В Челябинске несколько театров: Драматический театр им. Н. Орлова, Театр юного зрителя, Камерный театр, Театр оперы и балета им. М.И. Глинки, Театр кукол, театр «Манекен», а также Музей декоративно-прикладного искусства и Краеведческий музей с экспозицией каслинского литья, Геологический музей под открытым небом на набережной реки Миасс. Интересной пешеходной улицей является ул. Кирова, богатая городской скульптурой. В стиле сталинского ампира построен Южно-Уральский государственный университет.

Для повседневного отдыха челябинцы используют центр города, Челябинский бор и Шершневское водохранилище. Ежедневно бор посещают 20—30 тыс. человек, а в выходные дни — до 100 тыс. Местом повседневного и еженедельного отдыха является «зеленый пояс»

Челябинска шириной до 6 км. Для купально-пляжного пригородного отдыха широко используются водохранилища.

На побережье озера Тургояк сформировалась курортная зона «Золотой берег».

Интересным археологическим, этнографическим и культурноисторическим объектом является музей-заповедник «Аркаим» (II тыс. лет до н.э.).

Ханты-Мансийск выступает как региональный центр спортивного, событийного, экологического, этнографического и культурно-познавательного туризма. В городе проводятся международные соревнования по биатлону, Кубок мира по шахматам и Всемирная шахматная олимпиада, Международный фестиваль кинематографических дебютов «Дух огня». В городе открыты Археопарк, Художественный музей, Центр искусств для одаренных детей Севера, дом-музей художника В. Игошева, этнографический музей под открытым небом «Торум-Маа», музей художника Г. Райшева, Музей природы и человека, Музей геологии нефти и газа, концертный комплекс «Югра-Классик», ледовая арена «Югра», теннисный центр, гостиничные комплексы «На семи холмах», «Югорская долина». Город богат городской скульптурой и его окружает кедровый бор.

В Тюмени (город основана в 1586 г.) сохранились постройки XVIII и XIX вв. — Троицкий монастырь, Знаменский кафедральный собор, церкви — Всехсвятская, Покровская, Михайло-Архангельская, Спаса; действуют музеи: областной краеведческий, музей «Городская Дума», Музей геологии, нефти и газа, музей-усадьба Колокольникова, музей «Дом Машарова», археологический музей-заповедник на озере Андреевском, областной музей изобразительных искусств. В Тюмени реализуются туристские проекты, нацеленные на восстановление исторического облика города, — «Исторический квартал Тюмени», «Причал императора».

Под Тюменью сложилось несколько бальнеологических центров — окружной реабилитационный центр «Большой Тараскуль», санатории «Геолог», «Ахманка», санатории-профилактории «Сосновый бор», «Светлый».

Тобольск (основан в 1587 г.) — древняя столица Сибири — славится своим единственным в Сибири кремлем. Своеобразие природных ландшафтов обусловило формирование двух частей города — верхней и нижней (подгорной). На верхней части Троицкого мыса расположен Тобольский кремль — жемчужина Сибири, в ансамбль которого входят Софийско-Успенский собор с ризницей, колокольня, архиерейский дом, рентереея — здание бывшего дворца наместника, гостиный двор (по проекту С.У. Ремезова), Тюремный замок и подгорные стены Прямого взвоза — сооружения XVIII в. Все перечисленные здания и сооружения являются памятниками истории и культуры федерального значения и входят в комплекс государственного историко-архитектурного музея-заповедника; здесь ведутся работы по реставрации, реконструкции и приспособлению под духовные культурные центры.

В Тобольске туристы также посещают великолепный Знаменский Абалакский монастырь, Покровский собор, Римско-католический польский костел Пресвятой Троицы.

С городом связаны имена Д.И. Менделеева, А.А. Алябьева, В.Г. Перова, П.П. Ершова. В окрестностях города много памятных мест, связанных с походами Ермака.

Интересным туристским центром становится Салехард — столица Ямало-Ненецкого автономного округа. Город расположен на Северном полярном круге, о чем свидетельствует популярная у туристов стела. В городе — современный комфортабельный аэропорт, памятник Северной полярной железной дороге, восстановленная Обдорская крепость.

Инженерно-технические сооружения. Многие рекреационные учреждения округа благоустроены и действуют круглый год. Это в первую очередь санатории, расположенные рядом с наиболее крупными промышленными агломерациями, дома отдыха, турбазы (из 26 круглогодично действуют 15, но со значительным сокращением числа мест в зимний период), где имеются стационарные корпуса с номерами на двух—трех человек, коттеджи; летом часть туристов размещается в палатках.

Округ имеет благоприятные условия и ресурсы для организации и строительства новых рекреационных предприятий.

Вопросы к обсуждению:

1. Одно из самых посещаемых мест в Челябинске это...
2. Какие виды туризма распространены в региональном центре Ханты-Мансийск?
3. Какие архитектурные сооружения, важные для развития туризма в данном округе, есть в Тюмени?

2. РАЗДЕЛ 3. Региональные туристские центры УФО и ПФО

Тема 3.2. Региональные туристские центры ПФО

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры ПФО.
- познакомиться с основными туристскими центрами ПФО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Западной Сибири.	
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Приволжский федеральный округ имеет площадь 1038,0 тыс. км², насчитывает 30 157 000 человек и включает: Пермский край, республики Татарстан, Башкортостан, Удмуртию, Марий Эл, Мордовию, Чувашию, области: Нижегородскую, Кировскую, Пензенскую, Саратовскую, Ульяновскую, Самарскую, Оренбургскую.

Географическое положение федерального округа привязано к среднему течению реки Волги и ее притоков.

Рельеф местности в общем монотонный, но сравнительно много участков, заметно расчлененных и с большой привлекательностью. К ним в первую очередь относятся Приволжская возвышенность и Ергени. Сама долина Волги имеет серию террас, достигающих 100 м над уровнем моря. Волга делит территорию на возвышенное Правобережье и низменное Заволжье. На севере округа расположена возвышенность — Вятские Увалы, на северо-востоке — Верхнекамская возвышенность. На востоке округа естественной границей округа является западный макросклон Урала. Широкое развитие карстового рельефа на Урале способствует широкому развитию спелеотуризма. В одном Пермском крае детально описано более 15 тыс. карстовых

воронок. Большой известностью пользуется Кунгурская ледяная пещера с многочисленными гротами и подземными озерами. Интересны Ординская подводная и Дивья пещеры в Пермском крае. Популярны походы в пещеры Башкортостана: Сумганскую, Капову, Аскинскую пещеру-ледник.

Уникальным комплексом природы является возвышенность Жигули, охраняемая государством в качестве памятника природы.

Вблизи г. Ульяновска возвышенность называется Ундоровские горы. Геологическое обнажение этих гор, подмываемое Волгой, состоит из слоев голубой неогеновой глины, применяемой в лечебных целях. Кроме того, округ колоссально богат палеонтологическими и геологическими находками: кости динозавров, раковины белемнитов и аммонитов, гипсовые конкреции, янтарного цвета минерал симбирцит (кальцит, отложившийся в раковинах). Местный краеведческий музей в с. Ундоры освещает в своих экспозициях интересную палеонтологическую историю региона. Из минерала симбирцит изготавливают местные сувениры.

В климатических условиях округа наблюдается контрастность. Происходит увеличение континентальности климата с севера к югу. Северные части округа выделяются снежной зимой и прохладным дождливым летом, юг — малоснежием и сухостью лета. На юге округа средняя месячная температура июня, июля и августа составляет 19—20°C, на севере — 16—18°C. В северо-западной части округа выпадает 650—700 мм осадков, в восточной — 400—500 мм, на юге — до 350 мм.

Устойчивый снежный покров на севере округа продолжается 154 дня, на юге — 101. Соответственно уменьшается и средняя декадная высота снежного покрова за зиму — от 60—70 см на севере до 30 см на юге.

Внутренние воды. Округ характеризуется высокой комфортностью условий для организации видов отдыха, связанных с водой. В первую очередь выделяется Волга, имеющая протяженность около 2400 км, и ее крупные притоки: Ока, Сура, Ветлуга, Вятка, Кама, Белая, Чусовая. На юге округа протекает р. Урал. Долины рек привлекают отдыхающих своей тишиной, разнообразием и доступностью ландшафтов, возможностью заниматься рыболовством, охотой, сбором ягод и грибов.

Большое рекреационное значение имеют созданные на Волге крупные *водохранилища*, которые рассматриваются как уголья для водноспортивного туризма, рыболовства и купаний. Летом на мелководье вода прогревается до 20°C. При хороших погодных условиях около крупных городов пляжи водохранилищ испытывают перегрузку. Так, в районе Перми, на Камском и Боткинском водохранилищах в погожие дни на 1 м² приходится 1,5 человека.

В округе довольно много *озер*: Шихазинское, Сюткуль. Озеро Светлояр связано с легендой о граде Китеже. Большая часть из них представляет старицы рек. Сравнительно много озер и карстового происхождения (Шайтан). Как правило, летом вода озер имеет высокую температуру (около 20°C, иногда до 30°C). Озера могут использоваться для любительского рыболовства, некоторые из озер минерализованы (главным образом на юге округа) и могут рассматриваться как лечебные ресурсы.

Лечебные ресурсы. Наличие разнообразных *минеральных вод и грязей* позволяет ставить вопрос о более широком развитии в округе лечебных функций. По составу вод преобладают сероводородные, сульфатно-кальциево-натриевые, хлоридно-натриевые, железистые хлоридно-натриевые. Месторождения грязей связаны с выходом сероводородных вод, имеются большие запасы иловой грязи. Северная часть округа богата торфяными грязями. Источники минераль-

ных вод, иловые и торфяные грязи Куменского месторождения используются в лечебных целях, в том числе на курорте Нижнеивкино. Рапа и иловая грязь используется с лечебными целями в Удмуртии на курорте Варзи-Ятчи.

В оврагах Ундоровской возвышенности бьют около 30 источников минеральной воды, используемой в бальнеотерапии урологических и желудочных заболеваний. Здесь работают несколько баз отдыха и два санатория: «Дубки» и «Санаторий им. В.И. Ленина». Бальнеологическим ресурсом территории является вода

«Волжанка». С ее помощью лечат хронические заболевания почек, печени, желудочно-кишечного тракта, желчного пузыря, мочеполовой сферы.

Природные комплексы. Бассейн Волги относится к территории давнего и интенсивного освоения. Поэтому природные комплексы здесь сильно видоизменены, во многих местах преобладают искусственные ландшафты, имеется очень много культурных комплексов, связанных с городской архитектурой. Особенно сильные изменения произошли в годы строительства волжских гидроэлектростанций. Водохранилища не только изменили облик Волги, но и оказали существенное влияние на прилегающие территории (микроклиматические особенности, подтопление и др.).

Наблюдается значительная контрастность ландшафтов *правобережья* и *левого бережья* Волги. По правому берегу простирается Приволжская возвышенность. Эта возвышенность очень живописна, богата пещерами, долинами рек, оврагами; склоны ее покрыты то лесами, то обширными полями.

Совсем другой облик имеет *левого бережье*, где плоские, слегка всхолмленные равнины чередуются с бескрайними полями, озерами, болотами, местами к реке подходят песчаные пляжи, боровые леса.

Интересны ландшафты Прикамья, где находится самая широкая часть Куйбышевского водохранилища.

В пределах Саратовской области берега Волги наиболее пригодны для организации массового отдыха в округе Хвалынской гряды (живописный рельеф, хорошие пляжи, покрытые лесом склоны).

В округе находятся *заповедники* (Оренбургский, Башкирский), *национальные парки* (Башкирский), памятники природы (Кунгурская и Дивья пещеры, Спасская гора в окрестностях г. Кунгура, реликтовый бор на р. Кадаса), которые являются объектами учебно-познавательного туризма.

Один из самых интересных заповедников — *Волжско-Камский*, возникший в связи с созданием Волжского водохранилища. Он состоит из двух обособленных участков. Первый участок — Райфский находится в 25 км от Казани. Большой интерес представляет его дендрарий, насчитывающий более 300 представителей древесных и кустарниковых пород. Второй участок — Сараловский (лесной) создан в целях изучения влияния водохранилища на природу прибрежной полосы.

Значительную роль в развитии экологического туризма играют *Мордовский заповедник* и *национальный парк Марий Чодра*.

Жигулевский заповедник занимает наиболее высокую часть Самарской Луки. Когда-то здесь были обширные лесные массивы из сосны, дуба, но из-за длительного отсутствия охранного режима эти породы были вырублены; в процессе восстановления они заменены малоценными породами (осина, береза и др.). Наибольшую эстетическую ценность представляет расчлененный рельеф. Рядом с ним расположен национальный парк «Самарская Лука».

Еще один национальный парк (Хвалынский) расположен на правом берегу Волги в округе г. Балаково.

Все *крупнейшие города* округа (Казань, Нижний Новгород, Самара, Саратов, Уфа, Пермь) расположены на берегах Волги или ее крупных притоках. Близость такой крупной реки с каскадом водохранилищ, благоприятные климатические условия позволяют повсеместно развивать разнообразные виды спортивного отдыха, и прежде всего водный спорт и рыбную ловлю. Хорошие условия имеются и для развития рекреационно-оздоровительных комплексов занятий: длительный купальный сезон, наличие песчаных пляжей, лесные массивы и др. Рекреационно-лечебные комплексы занятий развиваются на основе месторождений минеральных вод, где созданы курорты.

Наличие выдающихся аттрактивных элементов, с одной стороны, и большого местного спроса на территорию и акватории для организации кратковременного и длительного отдыха — с другой, предопределили характерную особенность округа: переплетение *познавательного туризма*, сочетающегося со своеобразным *отдыхом на речных судах*, с *оздоровительным* (длительным и краткосрочным) отдыхом населения крупных промышленных агломераций, расположенных на берегах Волги.

Стоит подчеркнуть, что дальние рейсы по Волге полностью потеряли значение средств доставки пассажиров и приобрели целиком значение средств туризма или отдыха.

Отдыхающие. Наиболее *обширную группу отдыхающих составляет население волжских городов*, использующее берега Волги как для кратковременного, так и для длительного отдыха. Наиболее характерны для нее циклы занятий, связанных с водой. Число благоприятных для купания дней составляет от 90 у устья Камы до 100 у Саратова. Широко распространены занятия, связанные с передвижением по воде, — рыбная ловля, гребля, катание на моторных судах.

В Казанской городской агломерации 40% населения использовало для отдыха пригородную зону, занимающую 6 тыс. км². На ее территории расположено 700 рекреационных учреждений с единовременной вместимостью 160 тыс. человек.

Вторую значительную группу отдыхающих составляют *туристы, путешествующие по воде и посещающие экскурсионные объекты*. Это — как организованные туристы, едущие по путевкам на специальных судах, так и «самодеятельные», использующие рейсовые суда.

Водный туризм в округе имеет следующие особенности. По размаху водного туризма, по количеству маршрутов, по числу обслуженных округ не имеет себе равных. На Волге и ее притоках действует свыше 100 маршрутов. Организуют поездки по маршруту Москва — Астрахань — Москва и Москва — Ростов-на-Дону — Москва. Все водные маршруты, как правило, являются туристско-экскурсионными. Круизные маршруты проходят как на территории округа (Самара — Нижний Новгород — Самара), так и выходят за его пределы (Самара — Санкт-Петербург — Самара).

Поэтому в значительной мере с этой категорией отдыхающих связано широкое развитие экскурсий.

Особое место занимает Ленинский мемориал в Ульяновске, который до сих пор привлекает туристов со всех концов страны и из-за рубежа.

К третьей категории относятся *отдыхающие*, едущие специально в Приволжский округ *в целях проведения отдыха или лечения*. В Нижнем Новгороде — столице федерального округа — сохранилось немало уникальных памятников истории, архитектуры и культуры. ЮНЕСКО включил город в список 100 городов мира, представляющих мировую историческую и культурную ценность. Здесь находится Русский музей фотографии, Музей речного флота, Художественный музей, музей А.Д. Сахарова и А.М. Горького, Спасский староярмарочный собор и собор Александра Невского.

Главная достопримечательность Нижнего Новгорода — Кремль, исторический центр города. В XVI в. крепость неоднократно осаждалась неприятелем, однако враг ни разу не смог овладеть ею. С падением Казани Нижегородский кремль утратил свое военное значение и стал играть роль административного центра. На территории Кремля находятся выставочный центр «Дмитриевская башня» и Нижегородская филармония, в которой проходит международный фестиваль.

Древнейшим каменным храмом Н. Новгорода является Михайло-Архангельский собор, сооруженный в ознаменование победы народного ополчения под предводительством К. Минина и Д. Пожарского. В соборе погребен прах К. Минина.

Казань — столица Республики Татарстан — город с тысячелетней историей с прекрасным Кремлем. Казанский кремль размещается на одноименном холме, на левом берегу реки Казанки. В настоящее время Кремль становится резиденцией Президента Республики. Казанский кремль является государственным историко-архитектурным и художественным музеем-заповедником. Решением ЮНЕСКО он был включен в *Список всемирного культурного и природного наследия*. На территории Кремля расположены древние оборонительные сооружения, Губернаторский дворец, мечеть Кул Шариф, Благовещенский собор, Дворцовая церковь, Спасо-Преображенский монастырь, присутственные здания, юнкерское училище и башня Сююмбике.

Красивыми туристскими объектами столицы являются Храм всех религий и Дворец землевладельцев.

Башня Сююмбике, расположенная внутри Казанского кремля в отдалении от крепостных стен, ранее играла роль сторожевой крепостной башни. С ее верхнего яруса открывается хороший обзор рек Казанки и Волги и их окрестностей. Фундамент башни покоится на дубовых сваях, стены выложены из кирпича. Сююмбике состоит из семи ярусов. Они имеют разную форму: три нижних яруса — квадратные, остальные — восьмиугольные. Два верхних яруса — дозорная вышка и шатер — увенчаны зеленым шпилем с навершием в виде золоченого «яблока» с полумесяцем. Общая высота башни равна 58 м. Происхождение башни окутано легендами.

Раифский Богородицкий монастырь — один из первых православных монастырей, построенных на территории бывшего Казанского Ханства. Монастырь располагается на берегах живописного Раифского озера на охраняемых землях Волжско-Камского заповедника. В обитель была привезена точная копия Грузинской иконы Божьей Матери, списанная с оригинала из Красногорского монастыря (близ Холмогор). До настоящего времени она является главной святыней обители, к ней ежегодно приезжают десятки тысяч паломников.

В Республике историко-культурными комплексами являются остатки городов Волжско-Камской Булгарии. Городище Булгар расположено в юго-западной части Республики Татарстан на левом берегу Волги около современного города Булгар. Булгар был основан в X в. и просуществовал всего несколько столетий. Ныне городище Булгар является известным туристическим объектом. Сохранились древние поселения (X—XII вв.) волжских болгар (замок в дер. Тигашево).

Ульяновск — небольшой, ранее купеческий город, который во многом сохранил свой прежний облик; город ухоженный, без автомобильных пробок. Есть старые купеческие улицы с интересной архитектурой домов и коваными решетками ворот. В центре города расположена площадь, на которой находится Ленинский мемориал, музыкальный фонтан с антивандальной решеткой, памятник бойцу, погибшему при спасении детей из Беслана, самая большая в городе 4-звездная гостиница «Венец». В городе сооружено много оригинальных фонтанов. Так, интересным вариантом являются фонтаны, бьющие с воды р. Свияги. Красивое здание краеведческого музея. Особую историю имеет памятник К. Марксу.

Украшением города является памятник историку Карамзину, выполненный в классическом стиле. Памятник букве «Ё». Бронзовый памятник телеведущей Валентине Леонтьевой установлен в сквере напротив Кукольного театра. Музей писателя Гончарова. В сквере расположена городская скульптура — «Диван Обломова». Музей художника А.А. Пластова.

Уфа — столица *Республики Башкортостан (Башкирия)*. Интересной достопримечательностью республики является возвышенность Шиханы — древний, палеозойский коралловый риф.

Всех прибывающих в столицу Башкирии на поезде или на теплоходе встречает памятник Салавату Юлаеву, осадившему коня на высоком утесе над рекой. Монумент — визитная карточка всей Республики (он изображен на гербе) — самая большая конная статуя в Европе (9,8 м весом 40 т). Интересными туристскими объектами являются мечеть Ляля-Тюльпан, Гостиный двор, Уфимский театр, Конгресс-холл, «Огни Уфы» и памятник Башкиру.

Самара — крупный железнодорожный узел с самым большим и современным вокзалом в России. В Самаре интересными архитектурными объектами являются храмы Кирилла и Мефодия, Святого Георгия Победоносца, Иверский женский монастырь, соборы Покрова Пресвятой Богородицы, Спасо-Вознесенский, дача купца, построенная в стиле модерн. Необычным примером городской скульптуры можно назвать памятник 150-летию изобретения отопительной батареи.

Интересным туристским объектом *Самары* является Бункер Сталина. Бункер расположен в старой части Самары неподалеку от Волги под зданием Академии культуры и искусства (в прошлом его занимал обком партии). Его возводили в 1942 г. спешно и в обстановке строжайшей секретности. Глубина бункера составляет

37 м. На нижнем этаже располагался зал для совещаний и комната отдыха Сталина. Бункер был оснащен автономной электростанцией и устройствами для очистки воздуха. Безопасность бункера была усилена двумя трехметровыми слоями бетона с песчаной прослойкой между ними. В бункере одновременно могли разместиться более 100 человек. Комната отдыха Сталина похожа на Кремлевский кабинет: потолки высотой в 4 м, дубовые панели, стол с зеленым сукном, настольные лампы, диван. На стенах сделана имитация окон — ниши, задрапированные голубым шелком.

Красивым современным туристским объектом на территории Самарской области является отель, построенный в стиле средневекового замка, расположенный в селе Хрущевка.

Экскурсионные программы предлагают посещение национального парка «Самарская Лука» с восхождением на гору Стрельную (самую высокую из Жигулевских гор), посещение этнографического музея в селе Большая Рязань, осмотр пещеры Степана Разина, домика-музея И. Репина.

В 120 км от Самары расположен курорт федерального значения «Сергиевские минеральные воды». Курорт использует воды и грязи сероводородного озера для лечения многих заболеваний костномышечной системы, органов кровообращения и нервной систем.

В *Саратове* популярными объектами туристского осмотра являются: музей Н.Г. Чернышевского, храм иконы Божьей Матери, соборы Сошествия Святого духа, Троицы Живоначальной, церкви Покрова Пресвятой Богородицы и Смоленской иконы Божьей матери. Интересным объектом города является «двугорбый» автомобильный мост через Волгу. Переправа связывает областной центр с городом Энгельсом. Мост почти полностью состоит из железобетонных элементов и возводился быстрым и дешевым бескессонным методом. Полые сваи диаметром 5 м вдавливались в дно, а потом заполнялись бетоном. Длина моста более 2800 м.

В *Перми* — столице *Пермского края* — главными достопримечательностями являются художественная галерея, краеведческий музей и архитектурно-этнографический музей-заповедник «Хохловка».

Старинный город *Кунгур* Пермского края отнесен к историческим городам с ценным архитектурным наследием, насчитывающим около 70 памятников архитектуры.

Кунгурская пещера расположена в Ледяной горе на правом берегу реки Сылвы на северной окраине села Филипповка. Имеются данные, что еще в XVII в. местные жители водили путешественников в пещеру. Пещера имеет карстовое происхождение, сложена из гипса, одна из крупнейших в Европейской России — общая длина гротов 5,7 км. Доступной для посетителей пещера стала около 100 лет назад. Первый маршрут пролегал до Большого подземного озера — половина современного полуторакилометрового пути, оборудованного для туристов. Кунгурская пещера очень живописна, она состоит из 48 гротов и почти 150 вертикальных шахт. Внутри пещеры около 70 озер, связанных с рекой Сылвой. Самое крупное — Большое подземное озеро — занимает около 1300 кв. м. В пещере организованы разнообразные экскурсии. Для любителей необычных приключений организуются даже свадебные церемонии. Возле пещеры возведен туристический комплекс.

В *Оренбурге* популярными местами отдыха являются набережная реки Урал, драматический театр.

Бузулукский бор расположен в 15 км к северу от города Бузулук *Оренбургской области* в приречной котловине в районе реки Боровки. Возраст бора насчитывает 6—7 тыс. лет, чистые сосновые леса сформировались около 3—4 тыс. лет назад. Они произрастают на песках, мощность которых достигает 90 м. Достопримечательностью бора являются две сосны, возраст которых более 300 лет. Высота одной из этих сосен достигает 30 м, а диаметр — полтора метра. Бузулукский бор является одним из самых детально изученных лесных массивов. С 1903 г. здесь действует опытное лесничество. Часть Бузулукского бора имеет статус особо ценного лесного массива. В январе 2008 г. бор получил статус федерального национального парка. На территории бора в поселках Колтубановский и Партизанский функционируют базы отдыха.

Ижевск — столица *Удмуртии*. В городе расположена необычная городская скульптура — памятник пельменю. Считается, что название этого блюда на удмуртском языке означает «ухо». В Удмуртии сохранилось много деревянных 1—2-этажных домов и каменных зданий начала

IX в., построенных в духе классицизма с архитектурными деталями в виде необарокко и стиле «модерн». Крестьянские избы (корки) и двухэтажные амбары (кеносы) богато украшены деревянной резьбой.

В нескольких километрах от города Глазова на высоком мысу, образованном слиянием рек Чепцы и Пызеп, находится уникальный памятник — городище Иднакар. По легенде его основал удмуртский богатырь, князь. В IX—XIII веках Иднакар был административным, ремесленным, торговым и культурным центром всех северных удмуртов. Сюда привозили свои товары купцы почти со всего мира. В 1997 г. здесь был образован музей-заповедник «Иднакар». Его площадь составляет 4 га.

Чувашия. Колокольня Свято-Троицкого монастыря в городе *Алатырь* выстроена в традиционном храмовом стиле XI—XII вв. Она образует единый архитектурный комплекс со стоящим рядом двухъярусным собором мужского монастыря. В том и другом сооружении использованы элементы византийского стиля. Стены колокольни отделаны кирпичом розового оттенка в сочетании с декоративными элементами из белого мрамора. Медный шатер венчается золотым куполом с крестом. Общая высота колокольни составляет 81,6 м. Она является главным входом на территорию монастыря, поэтому называется «надвратной». В колокольне помещаются храм с выходом на территорию монастыря через открытую галерею, музей, библиотеки, служебные, технические и складские помещения, этаж с курантами, а также колосники в верхней части шатра для усиления звука. Звонница в здании колокольни располагается на высоте 26 м от уровня земли, в ней — 14 колоколов. Уникальностью колокольни, помимо оригинального сочетания железобетонной конструкции с кирпичной кладкой, является наличие лифта, при помощи которого можно подняться с первого по пятый этаж, и механических курантов, расположенных на высоте 41,7 м от уровня земли, с циферблатами.

В *Пензе* — центре Пензенской области — главными достопримечательностями города являются: пешеходная Московская улица, Музей одной картины, пензенский цирк, светофорное дерево, церковь Преображения Господня. В *Пензенской области* расположен музей-заповедник Тарханы, посвященный М. Лермонтову.

В поселке Юрино (*Республика Марий Эл*) расположен замок Шереметьевых — дворцово-парковый ансамбль, так называемый Юринский замок, построенный в духе эклектизма.

Наиболее популярны на территории округа следующие экскурсии и маршруты: «На реке Вишкиль», «Марийское Поволжье», «Васильсурские дубравы», «По пугачевским местам», «По сурским дубравам», «В легендах Марилеса» (конный), «К Чебоксарскому водохранилищу», «Сурский нагорный», «По озерам Заволжья» (лыжный), «На снегоходах “Буран”», «Сурский водный на ялах», «Сурский конный», «Сурский велосипедный», «По Волжско-Сурским нагорным дубравам», конные маршруты возле города Белорецка. В зимнее время по Башкортостану проходят маршруты на снегоходах «Буран». Популярные водные маршруты проходят по р. Сакмаре, Уфе, Белой.

В пределах округа возможны самостоятельные туристические походы: пешие 1—2 КС, лыжные, водные 1—2 КС, велосипедные 1—3 КС, автомобильные, мотоциклетные 1—5 КС, спелеопоходы 1 КС.

Основными округами самостоятельного туризма являются лесные массивы Урала, Заволжья и Правобережья, пойменные участки Волги, Оки и их притоков, леса в долинах Вятки, Белой, Ветлуги, Камы.

Округ соединяет на своей территории многие народы и поэтому обладает богатыми *этнографическими ресурсами*. Привлекают внимание туристов многочисленные народные промыслы: глиняная дымковская игрушка (Киров), кукаркинское кружевоплетение (Ба- лахна, Советск), городецкая резьба и роспись по дереву (Городец), хохломская (г. Семенов) и полховско- майданская роспись по дереву, плетение из лозы (с. Воскресенское), художественная обра- ботка металлов, в том числе изготовление сундуков (г. Лысково) и медных замков (г. Павло- во), плетение из бересты.

Сувениры — национальная посуда, одежда, головные уборы, казанский змей — Зилантик, та- тарские картины (шамаили), оренбургский пуховый платок.

Вопросы к обсуждению:

1. В каком городе расположена башня Сююмбике?
2. Какое название одного из первых православных монастырей, построенных на территории бывшего Казанского Ханства?
3. Какие главные достопримечательности Пензы представлены в лекции?
4. Столица Удмуртии

2. РАЗДЕЛ 4. Региональные туристские центры СФО

Тема 4.1. Региональные туристские центры Западной Сибири

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры Западной Сибири.
- познакомиться с основными туристскими центрами Западной Сибири
- изучить региональные ТО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Западной Сибири.	
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Культурные комплексы. В районе широко представлены культурно-исторические объекты, историко-революционные, военно-исторические, архитектурные и археологические памятники, музеи, места жизни и деятельности выдающихся людей, промышленные, научные и культурные комплексы. Сохранились редкие археологические объекты, к ним относятся Па- зырские курганы в бассейне Чулышмана (2,5 тыс. лет назад) и “Каменные бабы” в централь- ной части Алтая (VIII в.). Известно много архитектурных и исторических памятников, связан- ных с началом освоения русскими Сибири. Это – старинные города Тюмень (основан в 1586), Тобольск (1587 г.), а также Томск (1604 г.), Кузнецк (1617 г.) и др. В Тюмени сохранились по- стройки XVIII и XIX вв. Тобольск славится своим кремлем — единственным в Сибири. В окрестностях города: много памятных мест, связанных с походами Ермака. Большое значение как объект познавательного туризма имеет Академгородок в Новосибирске, уникальный комплекс научных учреждений. Использование района для спортивного и познавательного ту-

ризма сопряжено с целым рядом ограничений. Особенно неблагоприятны для организации туризма апрель – май и октябрь – ноябрь. Весной в горах очень неустойчивая погода, в апреле часто бывают лавины, позже наблюдается большой подъем воды, не позволяющий совершать броды и сплавы. В мае и июне повсеместно встречаются клещи – переносчики энцефалита, позже (до сентября включительно) характерно обилие гнуса. Летний максимум осадков (июль – август) хотя и не создает особых затруднений (дожди, как правило, незатяжные, не более 2-3 дней), но требует принятия ряда предосторожностей при выборе туристских стоянок, организации сплава на плотках и т. п. Большие суточные колебания температуры, особенно в осенние месяцы в горах, обуславливают необходимость наличия соответствующей одежды. Октябрь – ноябрь в горах – это начало зимнего периода, часто с ненастной погодой.

Плановые туристские маршруты включают: экскурсии по Тюмени, Тобольску, Ялуторовску; пешие походы; байдарочные походы по Туре и Пышме. Теплоходные маршруты по Оби и Иртышу от Новосибирска, Томска и Омска до Тобольска и Салехарда.

В пределах Кемеровской области возможны горнолыжные и пешеходные маршруты к «Поднебесным зубьям» в Кузнецком Алатау и «По Салаирскому кряжу».

По рекам Горного Алтая проводятся спортивные сплавы на плотках и катамаранах (до 6 КС). Популярны вело-, мото-, автотуризм по Чуйскому тракту.

Жемчужина Алтая – это Телецкое озеро. Оно лежит в горном расширении долины р. Бия. Воды реки несутся здесь с ошеломляющей быстротой – до тридцати километров в час. Отвесные скалы подступают к самой воде. На каменистых осыпях разместились маленькие стожки сена, заготовленные горными сурками-снегоставками, их еще называют пищухами.

Озеро имеет форму сапога, зажатого хребтами Корбу и Алтынту. Телецкое озеро называют Алтайским Байкалом. У него древнее происхождение, удивительная прозрачность вод, суровая красота скалистых берегов, большая высота над уровнем моря (436 м) - все это роднит его с Байкалом. В Телецкое озеро, как и в Байкал впадает множество рек (71 река) и вытекает единственная – Бия. По глубине (325 метров) озеро глубже многих знаменитых зарубежных озер - Женевского, Мичиган, Онтарио, Титикака.

Все прибывающие на озеро должны зарегистрироваться на турбазе «Золотое озеро». Для тех кто совершает автопутешествие, сооружена автостоянка, а в лагере «Медвежонок» есть детское отделение турбазы.

В водно-пешеходном путешествии по озеру принято идти против часовой стрелки. К услугам туристов шлюпки, моторные лодки, теплоход.

На пути встречаются десятки рек, бурные водопады. Особенно красивы водопады Кобру и Киште и высокие, узкие ущелья, которые алтайцы называют – «Медведь не пройдет».

Воды озера прохладные (температура не выше 17 градусов), изобилуют тайменем, леньком, хариусом, налимом. Есть рыба, которая больше не водится нигде больше, – сиг Правдина, открытый лишь в 1949 году. Длина рыбки всего 10–12 см, а вес не более 20 граммов.

В пределах региона возможны самостоятельные туристские походы: пешие 1–3 КС, лыжные 1–6 КС, водные 1–3 КС, велосипедные 1–5 КС, автомобильные, мотоциклетные 1–4 КС. В горах алтая возможны спелеопоходы 1–3 КС.

Инженерно-технические сооружения. В районе имеется один курорт всероссийского значения

(Белокуриха) и один курорт республиканского значения, расположенный около оз. Карачи.

Как правило, все санатории и дома отдыха находятся не более чем в двухчасовой доступности от крупных городов, а многие не далее 20 км от города. Большая часть домов отдыха функционирует круглогодично, с некоторым сокращением числа мест в зимний период. В районе действуют 13 профсоюзных турбаз, из них 10 работают круглый год.

Намечается шире использовать берега “Обского моря”, где разместятся санатории-профилактории на 2,5-3 тыс. мест.

Из-за климатических особенностей района к инженерным сооружениям предъявляются требования повышенной комфортности. В горных, районах надо учитывать сейсмоопасность, возможность схода лавин и камнепадов. Используются все виды современного транспорта. Весь район с запада на восток пересекает Транссибирская железнодорожная магистраль. Параллельно этой магистрали идет автомобильный тракт общегосударственного значения, который пересекает юго-восточную часть района (от Новосибирска через Барнаул – Бийск – Горно-Алтайск и далее к границе с Монгольской Народной Республикой). По насыщенности железнодорожными и автомобильными дорогами выделяется юго-восточная часть района (Горно-Алтайская автономная область, Кемеровская область), затем следуют Омская и Томская области. Район имеет разветвленную сеть судоходных рек, существуют регулярные линии Новосибирск – Сургут, Томск – Каргасок, Омск – Салехард. Все крупные города района соединены авиатрассами с крупнейшими городами и курортами страны. Так, Новосибирск связан авиатрассами с 69 городами страны.

Начинают намечаться черты дифференциации рекреационной деятельности. Выделяются горные районы как основной очаг развития туризма. Здесь же частично локализуются лечебные учреждения, приуроченные к минеральным источникам. В дальнейшем можно ожидать развития в горах климатических курортов (низко- и среднегорный пояса гор). Заметна значительная локализация учреждений длительного и кратковременного отдыха вокруг водохранилищ как в равнинной, так и в предгорной части.

Вопросы к обсуждению:

1. Чем славится Тобольск?
2. Какое озеро является жемчужиной Алтая?
3. Какие месяцы особенно неблагоприятны для организации туризма?

2. РАЗДЕЛ 4. Региональные туристские центры СФО

Тема 4.2. Региональные туристские центры Восточной Сибири

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры СФО.
- познакомиться с основными туристскими центрами СФО
- изучить региональные ТО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Восточной Сибири.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-

		дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Сибирский федеральный округ имеет площадь 5114,8 тыс. км², насчитывает 19 545 000 человек, и в него входят административные единицы: Томская, Омская, Новосибирская, Кемеровская, Иркутская области, республики Алтай, Хакасия, Тыва, Бурятия, Красноярский, Забайкальский и Алтайский края.

Географическое положение. Округ лежит в центре России (здесь находится географический центр страны), омывается на севере водами Карского моря и моря Лаптевых, на юге граничит с Казахстаном, Монголией и Китаем.

Рельеф. В самых высоких хребтах Алтая, Западных и Восточных Саян, Кодара, Станового нагорья и Баргузинского хребта, имеющих абсолютные отметки выше 2500 м, формируется альпийский высокогорный рельеф. На этих хребтах можно увидеть снежники и ледники. В округе широко представлены культурно-исторические объекты, военно-исторические, архитектурные и археологические памятники, мемориальные музеи, промышленные, научные и культурные комплексы. Сохранились уникальные археологические объекты — Пазырские курганы в бассейне Чулышмана (2,5 тыс. лет назад) и «Каменные бабы» в центральной части Алтая (VIII в.). Много архитектурных и исторических памятников связано с началом освоения русскими Сибири — старинные города Томск (1604), Кузнецк (1617) и др. Из архитектурных памятников наиболее интересен ансамбль Спасского монастыря в г. Енисейске.

В *Красноярском крае* проходят популярные плановые маршруты: «От Саян до Байкала» (комбинированный: теплоходный, пеший, конный), «От Маны до Байкала», конный «Каменное чудо Саян», «По Красноярскому краю» (Красноярск — Абакан), «Красноярск — Шушенское», теплоходный маршрут от Красноярска до Дудинки и Диксона. В пределах Красноярского округа возможны самостоятельные туристские маршруты: пешие, лыжные (1—6 КС), водные 1—4 КС, горные, велосипедные, автомобильные, мотоциклетные 1—5 КС, спелеотуризм 1—3

КС. Основными районами самостоятельного туризма являются горы Восточного и Западного Саяна, плато Путорана. Туристы-водники сплавляются по рекам Казыр, Курейка, Чуна, Кизир, Мана. Среди спелеотуристов наиболее популярными являются пещеры Большая Орешная, Кубинская, «Ящик Пандоры».

Красноярск — значительный промышленный, культурный и исследовательский центр федерального округа. В городе находятся: Покровский кафедральный собор, картинная галерея, литературный музей, краеведческий музей и Мемориальный музей-усадьба В.И. Сурикова.

В *Новосибирске* работают Государственный академический театр оперы и балета, Государственный драматический театр «Старый Дом», Государственный академический драматический театр «Красный факел», Академический молодежный театр «Глобус» и др., музеи: краеведческий, истории войск Сибирского военного округа, зоологический, геологический, Музей истории и культуры народов Сибири, картинная галерея, зоопарк. Большое значение как объект познавательного туризма имеет Академгородок — уникальный комплекс научных учреждений. Он расположен на Новосибирском водохранилище, вокруг которого сформировалась рекреационная зона.

В *Омске* важными культурными объектами являются: музей изобразительного искусства, картинная галерея, краеведческий музей, драматический театр, музыкальный театр, Никольский собор, Успенский храм; спортивными объектами: хоккейная Арена Омск, спортивно-концертный комплекс им. Блинова.

В окрестностях Омска наиболее популярными местами отдыха являются Ачаирский монастырь, Красноярско-Чернолуценская зона, Урманский лесопитомник Омского лесхоза, Подгородная лесная дача. Особенно привлекательным туристским объектом является формирующийся природно-национальный парк в районе реки Тары. В нем привлекают внимание религиозные объекты и озера Линево, Щучье, Шайтан, Данилово. Объектами осмотра выступают Татарский вал с православной церковью и сакральным местом индуистов-бабаджистов. Последователи этого учения возвели в с. Окунево дом-храм.

В *Алтайском крае* главным туристским центром является курорт «Белокуриха», использующий радоновые термальные азотные кремнистые сульфатно-гидрокарбонатные натриевые минеральные воды. Этот комплекс отдыха включает следующие основные объекты: гостиничный комплекс, деловой центр с выставочными и конференц-залами, торговый центр, спортивно-восстановительный центр, парк с искусственным озером, развлекательный комплекс. В районе представлен широкий спектр программ спортивно-оздоровительного отдыха и туризма: авто-, конный, пеший, водный, деловой, сельский, спелеотуризм, охотничьи туры.

Томск как туристский центр знаменит старейшим в Сибири университетом. Особый колорит городу предают сохранившиеся дома, богато украшенные деревянной резьбой.

В *Кемеровской области* возможны горнолыжные и пешеходные маршруты к «Поднебесным зубьям» в Кузнецком Алатау и «По Са-лаирскому кряжу».

В *Хакасии* большой популярностью пользуется курорт Шира, действующий с 1897 г. Вода озера Шира целебна. Сюда приезжают больные с тяжелой формой псориаза, желудочно-кишечными и гинекологическими заболеваниями. Стела «Улус-Хуртуях-Тас» (большая каменная старуха) является местом паломничества, особенно женщин, и считается одним из самых почитаемых каменных изваяний в Хакасии.

В столице Хакасии г. *Абакане* действуют гостиницы уровня «две звезды», хотя в год сюда приезжают около 25 тыс. туристов, из них 650 — из Германии, США, Италии, Бельгии. В Абакане расположен Русский республиканский драматический театр и парк топиарного искусства.

На территории Хакасии расположено с. Шушенское — место сибирской ссылки В.И. Ленина. Здесь создан мемориальный комплекс, который ранее ежегодно посещали более 200 тыс. человек. Теперь этот туристский объект называется этнографический музей «Село Шушенское — деревня рубежа XVIII—XIX вв.». В Хакасском национальном музее-заповеднике с. Казановка туристов ждет театрализованное представление: у автобуса обрядовыми приветствиями гостей встречают всадники в национальной одежде и шаман с приглашением посетить ха-

касскую свадьбу. Кроме того, в Хакасии туристы могут посетить комплекс архитектурных памятников — известный Салбыкский курган.

К уникальным туристским объектам относятся гигантские комплексы Красноярской ГЭС (станция, плотина, судоподъемник, водохранилище) и Саяно-Шушенской ГЭС.

В *Республике Тыва* работают курорты Чедер, Уш-Бельдир. В *Кызыле* стоит обелиск, символизирующий географический центр Азии, расположен музыкально-драматический театр. Тыва особенно богата археологическими памятниками. Республика занимает первое место в Центральной Азии по числу древнетюркских изваяний и наскальных изображений. Туристам особенно интересно самобытное искусство тувинцев, хакасов (резьба по камню, горловое пение и др.).

Наиболее популярным в округе является вело-, мото- и автотуристский маршрут по «Саянскому кольцу» Абакан — Кызыл — Ак-Довурак — Абаза — Абакан.

Иркутск — крупный центр культуры, образования, науки. Здесь создан второй по масштабам и значимости в Сибири Академгородок. Иркутск знаменит драматическим театром, областным краеведческим музеем, художественным музеем им. В. Сукачева, историко-мемориальным музеем декабристов, зданием кинематографа «Художественный декаданс», зданием Русско-Азиатского банка.

В Иркутской области региональными центрами начала путешествий возле озера Байкал являются города Северобайкальск, Слюдянка, Листвянка. Интересный железнодорожный экскурсионный маршрут организован по Кругобайкальской железной дороге. Этнографический музей «Гальцы» входит в пятерку крупнейших музеев под открытым небом России.

По территории *Иркутской области* проходят плановые маршруты «По берегам Байкала», «От Саян до Байкала». В Усть-Куте начинается теплоходный маршрут по Лене до Якутска с заходом по р. Витим в столицу золотопромышленности Сибири г. Бодайбо. По рекам Иркут, Китой, Ока, Уда, Чара, Витим осуществляются спортивные сплавы на байдарках, плотах, катамаранах, надувных лодках. В области 18 музеев, в том числе уникальные: Байкальский музей в Листвянке и частный минералогический музей в Слюдянке.

В *Забайкальском крае* проходят плановые туристские маршруты «По декабристским местам» Чита — турбаза «Минеральная» — Петровск-Забайкальский — Улан-Удэ — турбаза «Максимиха», велосипедный «Чита — турбаза “Минеральная”».

В *Чите* на одном холме стоят Синагога (на Ингодинской улице), Мечеть (ул. Анохина), и Православный храм Михаила Архангела (на улице Селенгинской). Также в городе расположен Читинский дацан, драматический театр, Шумовский и Бутинский дворцы.

Улан-Удэ — столица Бурятии, центр буддизма в России. В городе расположены Одигитриевский кафедральный собор, дацан «Хымбын-Хурэ», музей-заповедник этнографии «Культура и быт народов Забайкалья». Очень необычным памятником является скульптурное изображение головы В.И. Ленина, отлитое из бронзы, установленное на полированном гранитном постаменте. На базе минеральных источников Бурятии функционируют курорты Аршан и Горячинск.

В пределах региона возможны самостоятельные туристские походы: пешие 1—3 КС, лыжные 1—6 КС, водные 1—3 КС, велосипедные 1—5 КС, автомобильные, мотоциклетные 1—4 КС. В горах Алтая возможны спелеопоходы 1—3 КС.

Вопросы к обсуждению:

1. Назовите уникальные туристские объекты данного округа
2. Назовите крупнейший центр культуры, образования и науки.
3. Какие плановые маршруты проходят по территории Иркутской области?
4. Какой город является центром буддизма в России?

2. РАЗДЕЛ 5. Региональные туристские центры ДФО

Тема 5.1. Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО
- познакомиться с основными туристскими центрами ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО
- изучить региональные ТО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал..	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В состав *Дальневосточного федерального округа (ДФО)* входят Республика Саха (Якутия), Приморский и Хабаровский края, Амурская, Камчатская, Магаданская и Сахалинская области, Еврейская автономная область, Корякский и Чукотский автономные округа. С 2007 г. Камчатская область и Корякский АО составляют единый субъект РФ.

ДФО имеет самый широкий среди федеральных округов выход к океану (18 тыс. км), протяженную границу с Китаем (4,5 тыс. км). На западе он граничит только с СФО. Это самый большой по площади — 6,2 млн км², или 36% территории страны, и в то же время самый редко населенный федеральный округ. Средняя плотность его населения составляет около 1,1 чел. на 1 км².

Освоение Дальнего Востока идет уже более 350 лет. Русские вышли к Охотскому морю в 1639 г. В тот период их интересовал в основном промысел пушного зверя. Продвигаясь на юг, русские столкнулись с Китайской империей. Первая граница между двумя державами была определена Нерчинским договором от 1689 г. Одновременно продолжалась экспансия на восток, в результате которой к России была присоединена Аляска. Но удержать ее Россия не смогла. В 1867 г. Аляска была продана США. Незадолго до этого Россия, воспользовавшись политической слабостью Китая, присоединила Приамурье и Приморье, в результате чего российско-китайская граница приобрела современный вид. В 1875 г. России отошел остров Сахалин. Планы дальнейшего продвижения в Манчжурию натолкнулись на жесткое сопротивление Японии и потерпели неудачу. Волна колонизации, идущая с запада в начале XX в., остановилась у океанических берегов и цивилизационного рубежа, проходящего по Амуру.

Районы и центры туризма Бурятии.

Селенгинский район. На территории этого перспективного туристического района расположено много озер: озеро Гусиное с площадью зеркала 163 кв.км и объемом водной массы 2,5 куб.км при средней глубине 15 м и максимальной глубине 25 м. Длина озера 25 км, максимальная ширина — 8,5 км. В него впадает девять речек, среди которых самая крупная Цаган — гол и вытекает единственная речка Баян — гол. Второе по величине озеро является озеро Щучье (443 га), одно из любимых мест отдыха не только жителей района, но и республики. Также особое внимание привлекает озеро Сульфатное, соленое озеро находится юго — западнее села Тохой. Площадь зеркала озера в зависимости от климатических условий меняется от 9 до 12 кв.км.

Улан-Уде. Современный Улан-Удэ — это крупный административный, промышленный, торговый, культурный и научный центр Восточной Сибири. В последние годы город развивается и как главный центра туризма Бурятии. Здесь работают привлекательные для посетителей музеи, театры, кинотеатры, принимают гостей гостиницы, работают магазины и торговые центры, кафе и рестораны, банки и пункты обмена валют, страховые компании, объекты досуга и развлечений, развиваются современные средства коммуникации. Посетители могут воспользоваться услугами квартирных бюро, разместиться в домах гостевых домах и квартирах. В городе сохранены объекты архитектуры и памятники прошлого, некоторые из них являются достопримечательностями и раритетами.

Кабанский район — это относительно самостоятельный туристский район Бурятии. Он расположен вдоль юго-восточного побережья оз. Байкал от мыса Облом на севере до р. Снежная на юге и граничит с Иркутской областью. С запада его омывают воды озера Байкал, с востока он ограничен горными цепями хребтов Улан-Бургасы и Хамар-Дабан. Река Селенга делит район почти на две равные части. Основная территория представляет собой обширную долину в устье Селенги площадью 13, 5 тысяч кв. километров, лежащую на высоте 462 м над уровнем моря. Территория района изрезана многочисленными руслами рек, впадающих в Байкал: Абрамиха, Култушная, Мантуриха, Мысовка, Большая, Переемная, Танхой, Снежная, Выдриная и другие реки. Свое название район получит от названия реки Кабаньей, в долине которой раньше водились во множестве дикие кабаны.

Районы и центры туризма Забайкальского края.

Читинский туристский район

Структуру данного района можно представить в виде ядра, центральной зоны – города Читы – выполняющего основную туристическую нагрузку, и специализирующегося на транслировании культурно-исторических достопримечательностей краевого центра. На территории города Читы представлено 15 памятников федерального значения и 262 регионального, выявлено 41 памятник археологии, представлено 456 памятников истории, архитектуры и градостроительства [9]. Среди них выделяется 277 объектов туристского показа. Особой известностью пользуются объекты: Пассаж Второва, Старо-Читинская Михайло-Архангельская Церковь, Дом купцов Шумовых, Дом Е.П. Нарышкиной жены декабриста М.М. Нарышкина, Кафедральный собор в честь Казанской иконы Божией Матери, Читинский дацан и другие.

Сеть учреждений культуры и искусства достаточно разнообразна, и способна удовлетворить потребности заинтересованных гостей города. В городе представлено 39 гостиниц разного уровня комфортности, 767 объектов общественного питания, имеется 829 спортивных сооружений, из них: 402-плоскостных сооружения, 206 спортивных залов, 7 стадионов, 18 бассейнов, 9 объектов развлечений, 8 детских развлекательных центра [8]. Транспортная доступность позволяет обеспечить передвижение к любому объекту показа.

Вторая зона может быть представлена большей пространственной организацией – реализацией маршрутов в окрестностях города Читы. Здесь находятся основные объекты природно-ориентированных видов туризма. Специализация зоны может заключаться в ориентации на использование природно-рекреационных и санаторно-курортных ресурсов территории. На территории Читинского района расположено 16 памятников регионального значения, 236 выявленных памятников археологии, 41 выявленных памятников истории, архитектуры и градостроительства [9]. Среди них выделяется 25 объектов туристского показа пользующихся популярностью. Известные и популярные места среди местного населения и приезжающих гостей – Водораздельная гора (гора Палласа), Голец Саранакан, Смоленские скалы, Кадалинские скалы «Дворцы», курорты Кука, Молокова, Карповка, страусиная ферма и другие достопримечательности. Кроме того, на территории этой зоны планируется реализация инвестиционных проектов – туристского историко-этнографического комплекса «Чингисхан-Чита» и формирование Ивано-Арахлейский автотуристского кластера (зоны).

Инфраструктурная часть в Читинском районе представлена 65 объектами общественного питания, 68 спортивными объектами, 30 учреждениями культурно-досугового типа [8].

Эффективная разработка и представление туристических маршрутов на микро и мезоуровне этой территории, позволит активнее использовать имеющиеся туристические ресурсы, улучшить состояние инфраструктурной составляющей, и создать предпосылки для интеграции с соседними туристскими районами, в формировании единой, комплексной туристско-территориальной структуры. В этом аспекте, можно выделить третью зону – потенциальную и перспективную для взаимодействия с близлежащими туристскими районами – Агинским и Нерчинским.

Агинский туристский район

Структуру данного туристического района формируют административные районы Агинского Бурятского округа (АБО), природные и культурные особенности которых позволяют их объединить в один комплекс. Данный район может позиционировать себя как место паломничества и природно-рекреационного значения. Всего по АБО насчитывается 3 памятника федерального значения и 16 регионального, 368 выявленных памятников археологии, 52 выявлен-

ных памятника истории, архитектуры и градостроительства [9]. Среди них выделяется 29 объектов туристского показа.

Центральной зоной данного туристического района является природный комплекс буддийских святынь «Альханай», пользующийся высокой популярностью у туристов. В формировании второй зоны туристского района могут принимать участие государственные природные заказники «Агинская степь», «Аргалейский», «Цасучейский бор», «Оленгуйский», многочисленные памятники природы, культурно-исторические достопримечательности – Ансамбль Агинского дацана, Узонский и Токчинский дацаны и другое. Третья зона – это перспективное направление с возможностью развития межинтеграционных связей с Читинским и Нерчинскими районами.

Районы и центры туризма республики Саха.

Продолжительным периодом комфортных погод отличается и район Якутии, расположенный в среднем течении Лены и нижнем течении Алдана, где бывает жаркое и солнечное лето, несравненно более благоприятное для летнего отдыха, чем на тех же широтах на Дальнем Востоке и в других частях Сибири.

Население Севера, пользующееся более длительным отпуском, чем население других районов страны, получающее более высокую заработную плату и ряд транспортных и других льгот, создает устойчивые, относительно мощные рекреационные потоки, направленные, как правило, за пределы района. Только около крупных городов (Норильск, Магадан, Кировск) развивается сеть местных оздоровительных учреждений. Являясь крупным районом создания рекреационных потребностей, Север в то же время формируется в специализированный район туризма. Север выделяется своеобразием природы, резко отличной от природы высокоурбанизированных районов основной полосы расселения. На общем фоне сравнительно однообразных и труднодоступных территорий здесь имеются обширные участки, привлекающие население средней полосы своей экзотичностью. Это озерно-лесные районы, горнолыжные районы, суровые районы Полярного Урала, вулканические пейзажи Камчатки. Привлекают сюда туристов и такие необычные природные явления, как северное сияние, белые ночи, а также возможность увидеть Северный Ледовитый океан. Большие перспективы здесь имеются для спортивных занятий (лыжный, водный, рыболовно-охотничий спорт), для отдыха и сбора дикорастущих растений. Поэтому в последние годы все более усиливается внимание к Северу туристов. Это явление нашло отражение и в структуре рекреационных предприятий, в которой туристские учреждения занимают первое место. Подобная структура характерна только для наиболее популярного в туристском отношении района – Горно-Кавказского. Все возрастающая урбанизация и перегруженность южных районов, вероятно, усилят туристское освоение Севера.

Отдыхающие. Большая часть горожан, располагающих отпусками повышенной длительности и рядом льгот, длительные отпуска проводят в других районах страны. Однако медицинские работники отмечают, что для лиц, не прошедших периода акклиматизации, наиболее целесообразно проведение отдыха в близлежащих районах III или II зоны.

Большого внимания требует проблема организации отдыха на севере Западной Сибири в связи с освоением ее газонефтяных месторождений. Льготные условия отпуска и хорошие заработки позволяют длительный отпуск в широких масштабах проводить за пределами Севера. Для кратковременного отдыха в этой части особенно перспективно развитие охотничье-рыболовного вида занятий, сбора ягод и грибов. В этих це-

лях необходимо усилить внимание к развитию водного транспорта. В широких масштабах может применяться и авиация.

Характерная группа отдыхающих – туристы, прибывающие из других районов страны.

Действуют два круиза по Северному Ледовитому океану и четыре маршрута по Лене и Витиму. По району проходит несколько маршрутов. Эти маршруты связаны главным образом с круизом по Северному Ледовитому океану.

Районы и центры туризма Магаданской области.

Географическое положение Магаданской области создаёт объективные условия для выделения туризма как одного из перспективных направлений в экономике Магаданской области. Сейчас на рынке территории уже работает 16 туристических фирм, имеющих лицензии на туроператорскую или турагентскую деятельность. К ведущим по объёму предоставленных услуг и числу туристов, обслуженных в 2008 году, относятся: "Кулу», «ДВС-тур» "Магадантурист", "Турбюро Магадан", "Магтрэвел", "Магтур", "Магадантурсервис".

В систему особо охраняемых природных территорий входят памятники природы областного значения, которые формируют мощную базу для развития экологического туризма. Это, прежде всего, государственный природный заповедник «Магаданский» (состоит из 4 участков – Кава-Чоломджинский, Сеймчанский, Ольский, Ямский), заповедники: «Одян» (Ольский район, полуостров Кони), «Кавинская долина» (Ольский район, правый берег р. Кава), «Тайгонос» (Северо-Эвенский район, полуостров Тайгонос), «Сугой» (Среднеканский район, р. Сугой), «Хиники» (Сусуманский район, р. Хиники). В Магаданской области множество памятных мест, связанных с этапами открытия, изучения и освоения территории.

Круглогодичный курорт «Талая» на 500 мест находится в 280 км от Магадана на северо-западном склоне Колымского хребта в бассейне р. Талая на высоте около 720 м над уровнем моря. Это единственный курортный комплекс России, расположенный за Полярным кругом. Бальнеологические факторы курорта - азотные термальные (91 °С) минеральные воды и лечебные грязи.

Районы и центры туризма Чукотского АО.

Чукотский АО находится на самом востоке материка и России. Этот регион знаменит своим суровым климатом и связанными с ним природными особенностями. На фоне многочисленных местных красот выделяется национальный парк Берингия. Он занимает площадь в 1,8 млн га и располагается на территории нескольких районов.

Острова, озёра и мысы – изюминка этой северной части страны. Добираться до некоторых из них проблематично, но впечатления стоят затраченных сил. Также имеются и уникальные объекты, вроде заброшенных поселений эскимосов или зверофермы, где выращивают песцов. Для любителей экстрима есть многодневные туры с китовой охотой. Тем же, кому ближе история, понравятся прогулки по музеям Чукотки и её столице – городу Анадырь.

Бухта Провидения

Относится к заливу Берингова моря. Протяжённость, измеренная вдоль средней линии, – 34 км, ширина – около 8 км. Глубина достигает 150 м, что хорошо для кораблей. Провидение включает в себя несколько бухт меньшего размера. Впервые местность была описана в ходе

экспедиции 1660 года, но ещё 200 лет оставалась без имени. В прошлом на одном из берегов располагалась деревня эскимосов, но уже к середине прошлого века они отсюда ушли.

Анадырь – самый северо-восточный город России. Миллионы туристов со всего мира мечтают попасть сюда, чтобы увидеть то место, куда удается добраться не многим. Это административный центр Чукотского автономного округа. Он расположен в Дальневосточном Федеральном округе.

Свято-Троицкий Кафедральный собор

Соборов таких размеров, находящихся в условиях вечной мерзлоты, в мире практически нет. Сюда одновременно на службу могут попасть больше тысячи человек. Стоит отметить, что по большей части собор впечатляет своей необычной архитектурой. Для строительства этой достопримечательности Анадыря в город из Омской области завозили сосну, а также калиброванную лиственницу. Эти материалы выдерживают воздействие сырости, а также низкие показатели температуры.

Кроме того, все пределы в этом соборе соединены одной крышей, а именно это является огромной редкостью в культовых сооружениях в России. Здесь располагаются также и специальные холодильные установки, благодаря которым в летнее время грунт не оттаивает.

Этот величественный собор был построен за очень короткий промежуток времени. С момента решения о строительстве прошло всего лишь три года, когда храм уже был готов. Деньги на строительство пожертвовал Роман Абрамович, а также некоторые жители округа.

Памятник святителю Николаю Чудотворцу

Как известно, в этом городе о многих памятниках можно сказать "самый", и памятник святителю Николаю Чудотворцу не является исключением. Данная достопримечательность Анадыря, фото которой можно увидеть в статье, считается самым большим монументом в мире, построенным в честь этого святого. Автором является Сергей Исаков.

Фигура выглядит очень величественно. Она возвышается на постаменте, и общая высота памятника составляет четыре метра. Как известно, первые лучи солнца на восточных рубежах падают именно на этот монумент.

Потрясает и тот факт, что, когда фигуру перевозили через Анадырский залив, шторм который был в это время моментально утих. Верующие люди посчитали, что данное явление является неким благословением свыше.

Вопросы к обсуждению:

1. Как называется район в Бурятии, который получил свое название от названия реки Кабаньей, в долине которой раньше водились во множестве дикие кабаны?
2. Какой город в Забайкальском крае выполняет основную туристическую нагрузку?
3. Назовите достопримечательности Читинского туристического района
4. По какому океану проходят кризисы в республике Саха?
5. Назовите государственный природный заповедник Магаданской области.

6. Перечислите особенности достопримечательностей Чукотского АО

2. РАЗДЕЛ 5. Региональные туристские центры ДФО

Тема 5.2. Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

-познакомиться с основными туристскими центрами ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

-изучить региональные ТО

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал..	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туристские центры Камчатского края

37% площади Камчатки относится к охраняемым территориям. Камчатка внесена в Список мирового природного наследия WWF Global как одна из 200 территорий в мире, наиболее важных с точки зрения экологии.

До 90-х годов Камчатка являлась закрытым регионом, заповедной зоной России. Сегодня особо охраняемые территории природные территории Камчатского края занимают более 27% ее площади. Здесь созданы 2 государственных заповедника – Кроноцкий и Командорский; 5 природных парков Налычево, Южно-Камчатский, Быстринский, Ключевской, Голубые озера; государственный заказник Федерального значения, 23 заказника местного значения, включающих в основном места гнездования водоплавающих птиц; 105 памятников природы; 2 санаторно-курортные зоны; запретные зоны вдоль нерестовых рек, генетические резерваты, охраняемые зоны водосборов. И 66 особо охраняемых природных территорий, в том числе Корякский заповедник, 7 заказников федерального значения и 58 памятников природы.

Командорский государственный биосферный заповедник. Создан в пределах Алеутского национального района, включая острова Беринга, Медный, Арий Камень, Топорков и окружающую их 30-мильную акваторию. Его площадь составляет 1484 кв. км. На его территории оставлена зона хозяйственного использования, в пределах которой осуществляются традиционные и современные направления природопользования.

Кроноцкий государственный биосферный заповедник. Площадь – 1007,1 тыс.га. Является одним из крупнейших на территории России заповедников, расположен на территории Елизовского района. Охраняемые объекты: высшие растения – 600 видов, звери – 37 видов, птицы – 212 видов, Долина Гейзеров, Кальдера вулкана Узон, Кроноцкое озеро, 9 действующих вулканов, 10 групп термальных источников, единственная в мире роща пихты грациозной.

Корякский Государственный природный заповедник создан на территории Корякского автономного округа. Состоит из трех отдельно расположенных территорий: Паропольский дол, Мыс Говена, Бухта Лаврова. Общая площадь – 327, 2 тыс.га.

Южно-Камчатский заказник. Заказник республиканского значения с 1996 года включен в Список Всемирного Наследия ЮНЕСКО, расположен в Южной части Камчатского полуострова. назначение заказника – охрана ценных пушных зверей и других промысловых животных, изучение популяции калана. Общая площадь – 2250 кв. км.

Помимо них здесь находится еще масса интереснейших и красивейших мест, которые привлекают внимание туристов. К ним можно отнести Ходутские горячие источники, Хламовитский зоологический заказник, зоологический заказник «Налычевская тундра», зоологический заказник «Тимоновский», зоологический заказник «Три вулкана», лесные резерваты.

Природные достопримечательности

Вся природа Камчатского района сама по себе является достопримечательностью, т.к здесь сосредоточены уникальные природные творения: многочисленные вулканы, гейзеры, грязевые котлы, водопады, термальные и минеральные источники, разнообразные озера и т.д. Памятники природы.

На территории Камчатского края образовано 59 памятников природы регионального значения на площади 65,246 тыс. га (или 0,4% территории области).

В январе 2010 г. был учрежден природный парк «Вулканы Камчатки» и объединил в себе четыре ранее существовавших природных парка. В новое образование вошли: Ключевской, Быстринский, Налычево и Южно-Камчатский парки. На территории всех кластеров располо-

жены действующие и потухшие вулканы, поэтому они включены в Список Всемирного природного наследия ЮНЕСКО в номинации "Вулканы Камчатки". Общая площадь природного парка составляет около 2,5 млн. га. Все четыре кластера имеют свои уникальные особенности и обладают исключительной ценностью для человечества.

Долина Гейзеров - это одно из крупнейших скоплений гейзеров в мире, и единственное в Евразии. Долина Гейзеров расположена в Кроноцком государственном биосферном заповеднике. В 2008 году по результатам народного голосования Долина Гейзеров вошла в список семи Чудес России. Из-за труднодоступности и заповедного режима Долину посещает всего несколько тысяч человек в год. Долина серьезно пострадала от оползня 3 июня 2007 года. Около половины гейзеров были завалены обломочной лавиной и затоплены подпрудным озером. Тем не менее, Долина жива и по-прежнему представляет огромный интерес для ученых и туристов.

На полуострове единственная в мире роща пихты грациозной.

В Командорском заповеднике охраняются 12 видов и 2 подвида млекопитающих, в том числе 2 вида ушастых тюленей (северный морской котик, сивуч), 2 вида настоящих тюленей (антур, лар-га), китообразные, 150 видов птиц, 57 из которых гнездятся на Командорах, 383 вида и 37 подвидов редких растений.

Все природные парки, памятники природы и лечебно-оздоровительные местности Камчатского края обладают мощным рекреационным потенциалом, который следует активно использовать в развитии туризма на Камчатке.

Культурно-исторический потенциал

Культурно-исторический потенциал района более бедный, по сравнению с природно-ресурсным. Он связан с освоением края, археологическими и этнографическими памятниками, историческими событиями, культурой и бытом коренного населения, историей создания городов Камчатки.

В районе есть интересные исторические места и музеи (вулканологии, военно-исторический, краеведческий, художественный, этно-культурный центр камчадалов).

В Петроцавловске-Камчатском два краевых театра: драмы и комедии, театр кукол. Есть филармония, музеи, центры народного творчества. Популярны выступления фольклорных ансамблей аборигенов Камчатки: «Лач», «Нургэнэк», «Нулгур», «Эльвель».

Туристские центры Амурской области

Характеристика некоторых минеральных водопроявлений приграничной территории российской части Верхнего Приамурья. Ресурсы лечебных грязей старичных озер долины верхнего Амура изучались в донных отложениях озера Большое вблизи села Сергеевки Благовещенского района и озера Кольцовский Байкал у село Ушаково Шимановского района. По своим физико-химическим свойствам они отнесены к типу высокозольных глинистых сапропелевых лечебных грязей. Их ближайшим аналогом являются лечебные грязи озера Налимное Магаданской области, которые использовались на курорте Талая. Запасы лечебных сапропелей озера Большого специалистами оцениваются в 1 млн.м³.

В долине верхнего Амура расположены 10 памятников природы: комплексный, 8 геологических и палеонтологический. Несомненно, все они имеют эстетическое и научно-познавательное значение как объекты туризма.

Из культурно-исторических центров, прежде всего следует отметить Амурский областной музей и его филиалы в селах Албазино и Черняево.

Филиал в село Албазино создан в 1977 г. В его экспозиции представлена история освоения Приамурья в XVII - XIX вв., этнографический комплекс казачьего быта. Среди экспонатов по истории села имеются памятные знаки КНР, переданные жителям села в благодарность за помощь, оказанную в период наводнений в 1950-1960-х гг. В настоящее время усилиями местных предпринимателей и краеведов восстанавливаются отдельные строения времен Абазинской крепости, в частности построена часовня, церковь, кузница, баня.

В селе Черняево с 1993 г. работает музей истории Амурского казачества, в фондах которого около 4 тыс. экспонатов и документов, отражающих становление и развитие Амурского казачества в XIX-XX вв., современное развитие села.

Амурский областной музей, расположенный в Благовещенске, в здании прекрасной архитектуры начала XX века, давно пользуется заслуженной популярностью среди туристов, посещающих город. Благовещенск, как областной центр, обладает постоянно развивающейся городской и пригородной рекреационной инфраструктурой, включающей гостиничные комплексы и предприятия общественного питания, туристические фирмы, театры, выставочные залы и другие учреждения культуры.

В долине верхнего Амура находится значительное количество археологических памятников, некоторые из них могут стать объектами туризма.

Туристский маршрут по верхнему Амуру очень привлекателен с точки зрения насыщенности интересными туристическими объектами и обладает перспективами развития рекреационной инфраструктуры. К описанным его достоинствам можно добавить возможности рыбалки, любительского сбора грибов и ягод, купальной рекреации. Такой маршрут мог бы стать международным, тогда можно было бы совместно использовать рекреационно-туристические ресурсы российского и китайского берега.

Туристские центры Еврейской АО

Государственный природный заповедник «Бастак»

Заповедник был основан в 1997 году на участке природной территории к северу от Биробиджана. Достопримечательность затрагивает горные цепи Буреинского хребта и Среднеамурскую низменность.

Флора «Бастака» весьма многообразна. Большая часть заповедной территории покрыта смешанным лесом, где можно встретить берёзы, осины, лиственницы, благородные породы кедра и можжевельника. В лесах обитают различные животные: кабаны, косули, изюбры, гималайские медведи. Ценнейшим представителем фауны заповедника является амурский тигр.

Горную и низменную части «Бастака» пересекают реки Тунгуска, Бира, Бастак, а также Малый и Большой Сореннак, которые входят в бассейн Амура. В реках обитают сазаны, амурские чебачки, косатки-скрипуны, змееголовы и амурские сомы. В долинах рек гнездятся чёрные журавли, скопы и дальневосточные аисты. Заповедник «Бастак» является центром экологического туризма. Сквозь таёжные леса проложены многочисленные пешеходные тропы. Среди них тропа «Тигриная», затрагивающая самые интересные уголки заповедника, и тропа «Учебная экологическая», которую посещают начинающие натуралисты в качестве подготовки к походам.

Горнолыжный комплекс «Фома»

Горнолыжный спорт пользуется огромной популярностью в ЕАО. Одним из наиболее востребованных комплексов является «Фома». Его популярность обусловлена качественным обслуживанием, разнообразием развлечений и близостью к Биробиджану. К услугам также относится прокат спортивного инвентаря. В «Фоме» актуальны все виды зимнего спорта: лыжи, сноубординг, катание на коньках. Летом здесь открывается детский лагерь, программа которого также направлена на занятие спортом.

«Фома» продолжает расширяться, внедряя новые развлечения, что делает комплекс привлекательным для спортсменов всех возрастных категорий.

Туристские центры Хабаровского края

Хабаровский край — один из самых красочных и щедрых регионов страны. В последние годы тут активно развивается туристическая сфера по разным направлениям от экологического до этнографического туризма. Гостям региона предлагают насладиться красотами местных достопримечательностей — гор, озер и островов, понаблюдать за редкими птицами, тюленями, моржами и даже китами.

Небольшой остров Токи в Татарском проливе в Вининском районе известен как масштабное лежбище моржей, тюленей Ларга и сивучей. Ластоногие тысячами приплывают на Токи, и тогда берега темнеют от множества серых туш, а воздух оглашается несмолкаемым ревом.

Другого подобного лежбища не сыскать во всем Японском море. В 1987 году островок суши длиной всего лишь 250 метров получил статус памятника природы, а в 2007 году превратился в частный заповедник.

Большехехцирский заповедник

Вблизи краевого центра в 1963 году появился природный заповедник площадью более 45000 гектаров. Резерват обосновался на склонах хребта Большой Хехцир. 90% охраняемой территории покрыты лесами, богатыми ценными растениями и живыми организмами. Здесь насчитывается почти 1500 видов сосудистых растений, мхов и лишайников, более 800 видов грибов и свыше 350 видов животных и птиц.

Поражает и обилие бабочек: в сравнительно небольшом заповеднике их более 2400 видов, что составляет четверть всех известных чешуекрылых, обитающих в границах Российской Федерации. Особенно впечатляют редкие экземпляры с размахом крыльев более 12 сантиметров: дальневосточная брамея, парусник Маака, японская дубовая павлиноглазка и многие другие.

О местном биоразнообразии еще в середине 19 века писал знаменитый путешественник и натуралист Николай Пржевальский. В начале 20 столетия Большехехцирской флорой и фауной заинтересовались советские учёные. Благодаря их усилиям в 1935 году в окрестностях хребта был организован заказник, позже реформированный в государственный заповедник. Сегодня в резервате проводятся экскурсии и проложены специальные экологические маршруты.

Туристские центры Приморского края

Туристский потенциал Приморского края не может не привлекать к себе любителей путешествий. По оценкам специалистов, здесь имеется более 520 укромных таежных урочищ и разнообразных природных объектов (озера, водопады, древние потухшие вулканы, пещеры и др.), которые уникальны в научном, познавательном и эстетическом отношении.

Особенно красивы ландшафты морских побережий с обширными открытыми пространствами в окружении леса с опушками живописных очертаний с далекими перспективами, которые открывают морские дали.

На территории края насчитывается не менее ста горных вершин, которые представляют интерес для пешего туриста. Из них наиболее посещаемыми являются: Ливадийская (Пидан), Графская, Ольховая, Облачная, Высокая и др. Неизменный интерес у самостоятельных туристов вызывают древние потухшие вулканы. Наиболее известны среди местных туристов вулкан Барановский (берег реки Раздольная), вулкан на Графской сопке (район города Дальнереченска), а также вулкан, расположенный на мысе Поворотный.

Территорию края пересекает около 1650 рек длиной более 10 км каждая. Каждая река по-своему прекрасна. У одной живописны берега. Другая – украшена каскадом сверкающих на солнце водопадов. Краеоведам и туристам известно около 30 водопадов. Из них наиболее живописны Милоградовский, Большой Амгинский, красивейший в крае водопад Арсеньева, Шкотовский и Беневские водопады.

В Приморском крае насчитывается около 3 тыс. озер, например, в бассейне реки Уссури расположено 2,8 тыс. мелких озер и оз. Ханка, которое является крупнейшим естественным водоемом Приморского края. В Хасанском районе расположено несколько небольших пресноводных озер площадью от 0,2 до 3,3 кв. км: Дорицини, Качеги, Сак, Карасье, Хасан, здесь же соленое озеро Тальми площадью 36 кв. км. В пределах береговой полосы Японского моря сосредоточено большое количество озер (не менее 60), отделенных от моря узкими песчаными косами, с солоноватой или соленой водой. Как правило, эти прибрежные озера (лагуны) не велики, но весьма живописны, и выделяются обилием водоплавающих птиц, таких как морская и хохлатая чернети. Здесь часто можно встретить даже лебедя-кликуну и несколько видов гусей. В Приморье имеется совершенно особый тип небольших подпрудных и термокарстовых (горных) озер. Эта группа самая малочисленная. В настоящее время самостоятельным туристам известно более полутора десятка горных озер. Из них наиболее посещаемыми являются: Алексеевское, Тони, Шандуйские озера и Озерные плато.

Разнообразие природных условий и ресурсов Приморья обеспечивает достаточно широкие возможности для путешественников. Здесь можно организовать походы любой категории сложности и по многим видам туризма. Так, наличие горной страны Сихотэ-Алинь позволяет проводить сложные пешие туристские походы, а достаточно густая речная сеть – водные путешествия. Наличие устойчивого снежного покрова на территории западного Сихотэ-Алиня, а также в среднегорье южного, центрального и северного Сихотэ-Алиня, за исключением узкой полосы побережья Японского моря, обеспечивает неизменный и устойчивый интерес к этим районам со стороны большого числа туристов-лыжников. Автотуристы могут воспользоваться практически всей сетью существующих дорог, которая позволяет проникнуть даже в самые укромные горно-таежные или прибрежные места.

Однако в связи с особенностями хозяйственного освоения Приморья, разнообразием и контрастностью природных условий весьма неодинаковы туристские возможности различных его районов. Поэтому в настоящее время по степени туристско-рекреационной привлекательности на северо-восточном склоне Сихотэ-Алиня определены два района: юго-восточный, охватывающий Ливадийский хребет и бассейны рек Партизанская и Киевка, и северо-восточный, включающий восточный склон Сихотэ-Алиня между реками Кема и Самарга.

Исходя из географии собирательского и спортивно-промыслового, а также зимних видов горного туризма, среди самостоятельных туристов наиболее перспективным считается район западного предгорья Сихотэ-Алиня.

Большим потенциалом для развития морского туризма обладает юго-западное Приморье с его расчлененной береговой линией, контрастным рельефом побережья, множеством островов и обилием других ресурсов, вызывающих туристский интерес.

Для пешеходного туризма особенно интересны:

– уссурийская тайга Среднего Сихотэ-Алиня, особенно в северной части, где она сохранилась нетронутой,

– отроги хребта Сихотэ-Алинь, идущие в южном и восточном направлении,
– хребет Карту между реками Кема и Максимовка.

Для лыжного туризма интересны центральные и северные районы края, где снежный покров держится постоянно с декабря по март месяцы. Для маршрутов более удобны пологие западные склоны хребтов и русла замерзших рек. На побережье Японского моря, особенно в южной части, снежный покров в некоторые годы отсутствует.

В крае имеются лыжные и слаломные трассы для обучения и тренировок. Имеются скалодромы для подготовки к соревнованиям по технике горного туризма. Хотя в целом возможности для горного туризма в крае отсутствуют. Ближайшие горные маршруты возможны на Саянах, Камчатке, хр. Кодар.

Приморье самый благоприятный район для водного туризма (на байдарках, надувных лодках, плотах).

Интересные маршруты по рекам: Бикин, Арму, Самарга, Единка, Максимовка, Кема. Водные маршруты совершаются в то же время, что и пешеходные. Во время весенних половодий и летних паводков проходимыми для туристских судов становятся многие мелкие реки юга края: Милоградовка, Киевка, Партизанская, Арсеньевка и др. На реках Шкотовка и Тигровая обычно проводятся соревнования по технике водного туризма.

Туристские центры Сахалинской области

Сахалинская область — единственная в стране, расположенная на 59 островах, включает в себя остров Сахалин с находящимися вблизи него островами Монерон и Тюлений и две гряды Курильских островов. Курильский архипелаг, включающий более 30 значительных островов (наиболее крупные — Итуруп, Парамушир, Кунашир, Уруп) и множество мелких островков и скал, протянувшись на 1200 км от о. Хоккайдо (Япония) до полуострова Камчатка, отделяет Охотское море от Тихого океана. Глубокие проливы Буссоль и Крузенштерна разделяют их на три группы, образующие Большую Курильскую гряду: северную (о-ва Шумшу, Парамушир, Атласова, Анциферова, Маканруши, Онекотан, Экарма, Харимкотан, Шиашкотан, Чиринкотан и др.), среднюю (о-ва Матуа, Расшуа, Кетой, Симушир и другие) и южную (о-ва Черные Братья, Броутона, Уруп, Итуруп, Кунашир и др.). В 60 км от последней расположена отделенная Южно-Курильским проливом Малая Курильская гряда. Она пролегла на 105 км параллельно Большой Курильской гряде и включает в себя 6 островов, наибольший из которых — Шикотан.

Государственная граница между Российской Федерацией, представленная в этом регионе Сахалинской областью и Японией, проходит по проливам Лаперуза, Кунаширскому, Измены и Советскому.

Берега Сахалина слабо изрезаны, крупные заливы имеются только в южной и средней частях острова. Для восточной части характерны выровненная береговая линия и многочисленные ложины, образующиеся в устьях, впадающих в море рек.

Поверхность Сахалина весьма гориста. Большая часть его территории — это средневысотные горы, особенностью которых является их меридиональная ориентировка. Одним из основных горных поднятий острова, рас полагающегося в его восточной части, являются Восточно-Сахалинские горы, протянувшиеся от низовьев р. Тымь до п-ова Терпения, с наивысшей вершиной Сахалина — горой Лопатина (1609 м). Они состоят в основном из двух горных хребтов — Набильского и Центрального. Западная часть острова занята менее высокими Западно-Сахалинскими горами (наивысшая точка-г. Воз вращения, 132-5 м), которые протягиваются от мыса Крильон до р. Хунмакта (Камышовый и Южно-Камышовый хребты и их отроги). На юге Сахалина расположены Сусунайский и Тонино-Анивский хребты.

Горные сооружения острова разделяются низменностями (Тымь-Поронайская, Сусунайская, Муравьевская и др.), часто заболоченными и прорезанными много численными реками.

Северная часть Сахалина занята Северо-Сахалинской центральной равниной и прибрежными низменностями на западе и востоке, отделенными от равнины двумя относительно невысокими (до 600 м) хребтами, состоящими из останцовых гор (Вагис, Даахуриа, Оссой и др.).

Полуостров Шмидта характеризуется двумя низкогорными (до 623 м) хребтами, разделенными холмистой Пиль-Диановской низменностью; вдоль западного побережья развита полоса низких морских террас с дюнами, пересыпями и болотами.

Курильские острова, являющиеся областью активной вулканической деятельности, в орографическом отношении представляют собой два параллельных подводных хребта, которые выше уровня океана выражены цепью островов Большой и Малой Курильских гряд.

**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. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
2. Тема практического (семинарского) занятия.

2. РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО

3. Цели занятия:

- сформировать представления об основных периодах становления туризма и гостеприимства.

- сформировать представление о принципах периодизации

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО. Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.	
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЦФО.	
3	Основные туристско-экскурсионные центры ЦФО.	

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 1.1: Региональные туристские центры ЦФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО

3. Цели занятия:

- раскрыть сущность факторов, определяющих пространственные особенности развития

туризма в регионах Российской Федерации;

-раскрыть основные положения классификации туристско-рекреационных ресурсов различных территорий РФ.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения,	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций СЗФО.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Основные туристско-экскурсионные центры СЗФО.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 1.2: Региональные туристские центры СЗФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Задания к разделу 2

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 2. Региональные туристские центры ЮФО и СКФО

Тема 2.1. Региональные туристские центры ЮФО.

3. Цели занятия:

- сформировать представление о причинах формирования специализированных территориальных туристско-рекреационных систем факторах их эффективного развития.
- познакомиться с современными методами оценки состояния и использования туристско-рекреационных ресурсов территорий РФ.

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база туристский потенциал	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций ЮФО.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 2.1: Региональные туристские центры ЮФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 2. Региональные туристские центры ЮФО и СКФО

Тема 2.2. Региональные туристские центры СКФО.

3. Цели занятия:

- сформировать понимание специфики распространения практики путешествий в России и её регионах;
- познакомиться с основными туристскими центрами СКФО

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций СКФО.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 2.2: Региональные туристские центры СКФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Задания к разделу 3

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РАЗДЕЛ 3. Региональные туристские центры УФО и ПФО

Тема 3.1. Региональные туристские центры УФО

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры УФО.

-познакомиться с основными туристскими центрами УФО

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций УФО.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 3.1: Региональные туристские центры УФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 3. Региональные туристские центры УФО и ПФО

Тема 3.2. Региональные туристские центры ПФО

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры ПФО.

-познакомиться с основными туристскими центрами ПФО

4. Структура практического занятия.

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

1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Западной Сибири.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 3.2: Региональные туристские центры ПФО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование

Задания к разделу 4

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
2. РАЗДЕЛ 4. Региональные туристские центры СФО

Тема 4.1. Региональные туристские центры Западной Сибири

3. Цели занятия:

- изучить региональные туристские центры СФО.
- познакомиться с основными туристскими центрами СФО
- изучить региональные ТО

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Западной Сибири.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 4.1 Региональные туристские центры Западной Сибири

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 4. Региональные туристские центры СФО

Тема 4.2. Региональные туристские центры Восточной Сибири

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры СФО.

-познакомиться с основными туристскими центрами СФО

-изучить региональные ТО

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал и вопросы развития регионов как туристских дестинаций Восточной Сибири.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 4.2: Региональные туристские центры Восточной Сибири

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Задания к разделу 5

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 5. Региональные туристские центры ДФО

Тема 5.1. Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

-познакомиться с основными туристскими центрами ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

-изучить региональные ТО

4. Структура практического занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 5.1 Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация

1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2. РАЗДЕЛ 5. Региональные туристские центры ДФО

Тема 5.2.Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

3. Цели занятия:

-изучить региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

-познакомиться с основными туристскими центрами ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

-изучить региональные ТО

4. Структура практического занятия.

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

1	Туристские центры региона, отельная база. Туристские центры региона, отельная база, региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал..	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Региональные ТО, точки притяжения, туристский потенциал.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Вопросы развития регионов как туристских дестинаций: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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 5.2 Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

Форма практического задания: кейс-задание

Форма практического задания: по заданию ведущего преподавателя проводится анализ туристского потенциала региона и его отдельных областей/дестинаций и разрабатываются предложения по развитию туризма. При защите используется презентация.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЦФО и СЗФО

Тема 1.1 Региональные туристские центры ЦФО

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ (ЦФО)

- ✦ ЦФО расположен в центральной части Восточно-Европейской равнины. Административный центр - г. Москва.
- ✦ Включает 18 субъектов РФ
- ✦ Занимает 3,8% территории России (650,3 тыс. кв. км) [2]
- ✦ На долю ЦФО приходится 26,7% населения страны [2]
- ✦ Лидирует по развитию экономики, финансов, науки, культуры, высшего и среднего специального образования, по плотности сетей железных и автомобильных дорог.



Источник: [Региональные туристские центры ЦФО: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](https://yandex.ru)

Тема 1.2 Региональные туристские центры СЗФО.

Северо-Западный федеральный округ Российской Федерации

1. г. Санкт-Петербург
2. Ленинградская область
3. Новгородская область
4. Псковская область
5. Республика Карелия
6. Архангельская область
7. Республика Коми
8. Вологодская область
9. Мурманская область
10. Ненецкий автономный округ
11. Калининградская область



Источник: [Региональные туристские центры СЗФО презентация: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](https://yandex.ru)

РАЗДЕЛ 2. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ЮФО И СКФО

Тема 2.1 Региональные туристские центры ЮФО.



Источник: [Региональные туристские центры ЮФО. россия: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 2.2 Региональные туристские центры СКФО.



Источник: [Региональные туристские центры СКФО Россия: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 3. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ УФО и ПФО

Тема 3.1 Региональные туристские центры УФО



Источник: [Региональные туристские центры УФО России: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 3.2 Региональные туристские центры ПФО



Источник: [Региональные туристские центры ПФО России: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 4. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ СФО

Тема 4.1 Региональные туристские центры Западной Сибири



Источник: [Региональные туристские центры Западной Сибири: 2 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 4.2 Региональные туристские центры Восточной Сибири



Источник: [Региональные туристские центры Восточной Сибири: 1 тыс изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

РАЗДЕЛ 5. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ЦЕНТРЫ ДФО.

Тема 5.1 Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха (Якутия), Магаданская область, Чукотский АО.



Источник: [Региональные туристские центры ДФО: Республика Бурятия, Забайкальский край, Республика Саха \(Якутия\), Магаданская область, Чукотский АО.: 849 изображений найдено в Яндекс Картинках \(yandex.ru\)](#)

Тема 5.2 Региональные туристские центры ДФО: Камчатский край, Амурская область, Еврейская АО, Хабаровский край, Приморский край, Сахалинская область

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 Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
/ К.К. Поздняков
«29» февраля 2024 г.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ**

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) «Электронная коммерция в туризме и гостеприимстве» 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).....	9
1.4. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю).....	14
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	15
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	25
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	25
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).....	42
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	42
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
РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма	
Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация	Роль информационных технологий в современном мире. Анализ современных мультимедийных технологий в туризме, преимущества их использования. Мобильное приложение как средство коммуникации современного туриста
Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира. Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия. Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет.
РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации	
Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.	Анализ сайтов туристских предприятий и предприятий индустрии гостеприимства. Порталы индустрии туризма и гостеприимства. Анализ геоинформационных порталов индустрии туризма федерального, регионального и локального уровня.
Тема 2.2. Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.	Преимущества и недостатки использования электронной коммерции туристских услуг. Организация продаж через call-центр гостиничного предприятия. Специфика дистрибуции туристских услуг через: ВКонтакте.

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 (технологии), 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. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация

Вопросы для самоподготовки:

1. Какое программное обеспечение общего назначения применяется на предприятиях индустрии туризма?
2. Какие виды информационно-вычислительных сетей применяются на предприятиях индустрии туризма?

3. Какова номенклатура компьютерного оборудования туристского предприятия и возможности его применения?
4. Какова номенклатура оборудования локальных сетей предприятия индустрии туризма?

Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы основные возможности, достоинства и недостатки автоматизированных систем управления туристским предприятием?
2. Какова методика выбора автоматизированных систем туристского предприятия?
3. Каков процесс внедрения автоматизированных систем управления предприятиями индустрии туризма?

РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.

Вопросы для самоподготовки:

1. Перечислите основные автоматизированные интернет-системы управления туристскими предприятиями.
2. Каковы основные возможности, достоинства и недостатки автоматизированных интернет-систем управления туристским предприятием?
3. Какова методика выбора автоматизированных интернет-систем туристского предприятия?
4. Каков процесс внедрения автоматизированных интернет-систем управления предприятиями индустрии туризма?

Тема 2.2. Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.

Вопросы для самоподготовки:

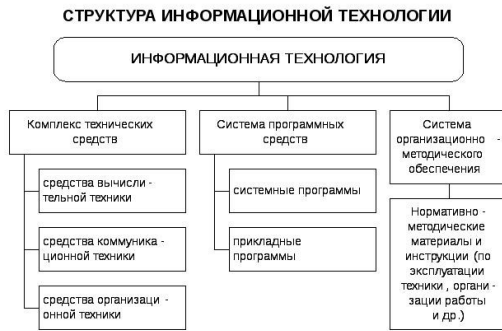
1. Назовите основные направления применения Интернет в туризме.
2. Дайте сравнительный анализ средств разработки современных сайтов предприятий индустрии туризма
3. Каковы возможности электронной коммерции на предприятиях индустрии туризма?

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

РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация

1 ПОНЯТИЕ, ВИДЫ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



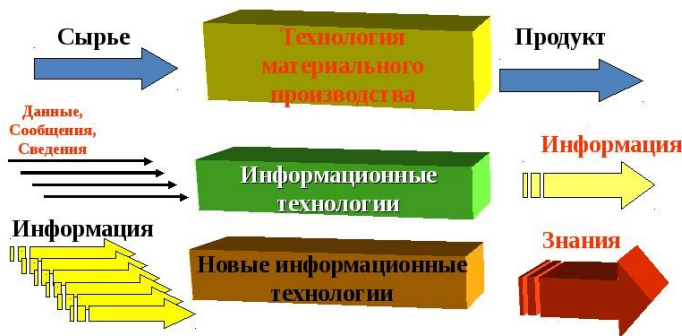
Слайд 5

(С) А. Григорьев, 2012

Источник: https://mypresentation.ru/documents_5/9d138999661d1d50ab526465a0c68bcb/img4.jpg



Понятие информационных технологий



Источник:

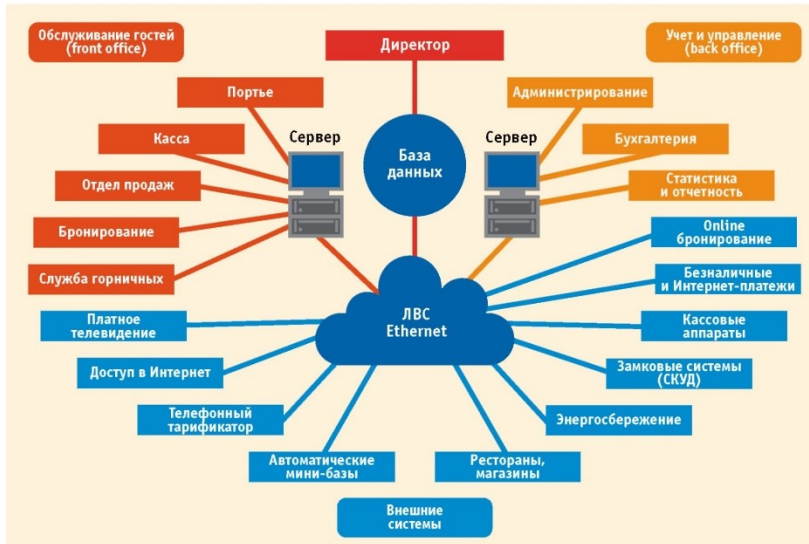
https://mypresentation.ru/documents_5/fc422ba678efa952afb56916235ac8be/img27.jpg



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/w/wTIQ2dhpD9ng6XK7CANGrEHFumMaR5SPs3yeyz/slide-22.jpg>

Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма



Источник: <https://www.evkoval.org/evkovalupload/job/181403/4.jpg>



Источник: https://fsd.multiurok.ru/html/2020/03/31/s_5e82f1682dc2f/1400340_2.jpeg



Источник: https://present5.com/presentation/52336206_111273569/image-8.jpg

РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.



Источник: <https://robotrackkursk.ru/wp-content/uploads/d/6/c/d6cdfaffa031fb900563e516fbd01a95.png>



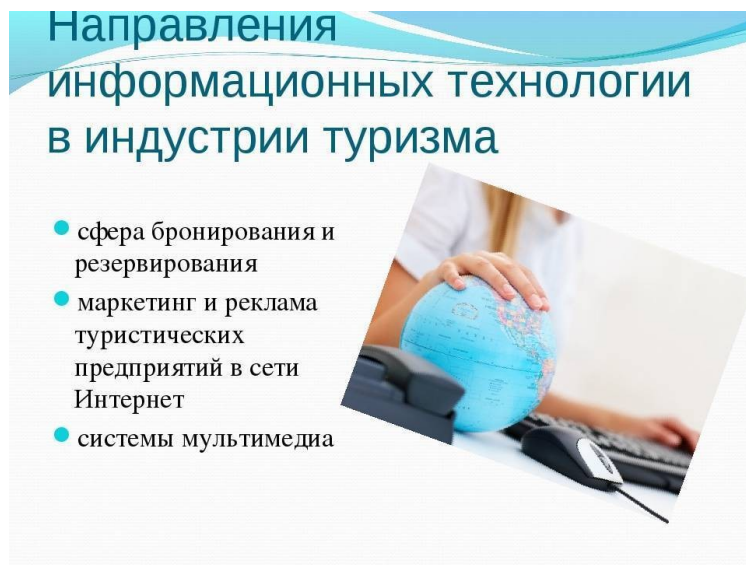
Источник: <https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s5e919b38199f3cbc/image/ib7f291e7c1185a/version/1400045406/image.png>

Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/y/yJ4rmxjVP9Gb20T3csfSp8zvqog7HiK6Nd5FZe/slide-8.jpg>

Тема 2.2. Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.

Источник:

<https://com-business.ru/wp-content/uploads/9/e/6/9e640a8e70aa554b4c20a3a8fd26255d.jpeg>



Источник: <https://dpkgroup.ru/wp-content/uploads/b/f/3/bf38f649a733580eb7acb676bc80064d.jpeg>



Источник: https://elbuz.com/image/data/eg_products/news/33826_M.jpg

1.4. Методические материалы по подготовке к лабораторным занятиям по дисциплине (модулю)

Лабораторные 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. Лабораторное занятие предполагает выполнение обучающимися по заданию и под руководством преподавателей одной или нескольких работ.

Цель лабораторных занятий 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 лабораторных занятиях руководителем занятия сообщаются дополнительные знания.

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

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

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

Работа во время проведения занятия 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.

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 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 заслушиванием 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, показывается их сильные и слабые стороны;

Объем введения составляет две страницы текста.

4. Требования к основной части реферата:

Основная часть содержит материал, отобранный для рассмотрения проблемы;

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

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

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

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

Объем основной части составляет около 10 страниц.

5. Требования к заключению:

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

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

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

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

Критерии оценки реферата

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

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

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

Методические материалы к выполнению эссе

Эссе – литературное произведение небольшого объема, обычно прозаическое, свободной композиции, передающее индивидуальные впечатления, суждения, соображения автора о той или иной проблеме, теме, о том или ином событии или явлении. Это вид

самостоятельной исследовательской работы обучающихся, с целью углубления и закрепления теоретических знаний и освоения практических навыков. Цель эссе состоит в развитии самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. При написании эссе обучающийся должен представить развернутый письменный ответ на теоретический или практический актуальный вопрос, объявленный преподавателем в аудитории непосредственно перед ее написанием. В процессе написания эссе разрешается пользоваться нормативно-правовыми актами, конспектом лекций (в печатном виде). Использование интернет-ресурсов не допускается. Темы эссе преподаватель предлагает из числа тех, которые обучающиеся уже рассматривали на лекциях или семинарских занятиях, исходя из содержания заданий в составе оценочных средств. По решению преподавателя, в качестве темы эссе может быть выбрана одна или несколько тем, которые могут быть распределены между обучающимися по желанию.

Требования к выполнению эссе:

1. Проводится письменно.

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

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

Критерии оценки эссе:

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

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

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

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

Методические материалы по выполнению тестирования.

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

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

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

Критерии оценки теста:

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

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

Методические материалы по выполнению доклада.

Рекомендуется следующая структура доклада:

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

Время выступления докладчика не должно превышать 10 минут.

Основные требования к оформлению доклада:

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

Критерии оценки доклада

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

Презентация

Методические материалы к презентациям

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

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 10 -20 слайдов.

2. Правильность оформления титульного слайда.
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы.
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда.
5. 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 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 материалы по выполнению лабораторного задания

При выполнении лабораторного задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

1. Записать дату, тему и цель задания;
2. Ознакомиться с правилами и условия выполнения 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 лабораторного 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.

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. Электронная коммерция в туризме и гостеприимстве.
2. РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма
Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация
3. Цели занятия.
 - сформировать представление об основных принципах работы современных информационных технологий профессиональной деятельности
 - сформировать понимание об использовании современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности
 - раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль информационных технологий в современном мире	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Анализ современных мультимедийных технологий в туризме, преимущества их использования.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Мобильное приложение как средство коммуникации современного туриста	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Информационная технология- это совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, обработку, хранение, распространение (транспортировку) и отображение информации с целью снижения трудоемкости процессов использования информации.

Под информационной технологией понимается совокупность методов и технических средств сбора, организации, хранения, обработки, передачи и представления информации, расширяющая знания людей и развивающая их возможности по управлению техническими и социальными процессами.

Информационная технология в своем развитии прошла несколько этапов. До второй половины XIX в. основу информационной технологии составляли перо, чернильница и бухгалтерская бумага. Коммуникация (связь) осуществлялась путем направления пакетов (депеш). Продуктивность информационно обработки была крайне низкой: каждое письмо копировалось отдельно вручную; помимо счетов, суммируемых также вручную, не было другой информации для принятия решений.

На смену «ручной» информационной технологии в конце XIX в. пришла «механическая». Изобретение пишущей машинки, телефона, диктофона, модернизация системы общественной почты все это послужило базой для принципиальных изменений в технологии обработки информации и, как следствие, в продуктивности работы. По существу, «механическая» технология проложила дорогу к формированию организационной структуры существующих учреждений.

40-60-е годы XX в. характеризуются появлением «электрической» технологии, основанной на широком использовании электрических пишущих машинок со съемными элементами, копировальных машин на обычной бумаге (типа ксерокса), портативных диктофонов. Они улучшили учрежденческую деятельность за счет повышения качества, количества и скорости обработки документов. Многие современные учреждения базируются на «электрической» технологии.

Появление во второй половине 60-х годов больших производственных ЭВМ на периферии учрежденческой деятельности (в вычислительных центрах) позволило сместить акцент в информационной технологии на обработку не формы, а содержания информации. Это было началом формирования «электронной», или «компьютерной», технологии.

Новая информационная технология (НИТ) – информационная технология, в которой используются последние достижения информатики. В настоящее время НИТ – это компьютерная информационная технология.

Для того чтобы правильно понять, оценить, грамотно разработать и использовать информационные технологии в различных сферах жизни общества необходима их предварительная классификация.

Классификация информационных технологий зависит от критерия классификации. В качестве критерия может выступать показатель или совокупность признаков, влияющих на выбор той или иной информационной технологии. Примером такого критерия может служить пользовательский интерфейс (совокупность приемов взаимодействия с компьютером).

Неотъемлемой частью информационной технологии является электронная почта, представляющая собой набор программ, позволяющий хранить и пересылать сообщения между пользователями.

Классифицируя информационную технологию по типу носителя информации, можно говорить о бумажной (входные и выходные документы) и безбумажной (сетевая технология, современная оргтехника, электронные деньги, документы) технологиях.

Создание современных электронных вычислительных машин позволило автоматизировать обработку данных во многих сферах человеческой деятельности. Без современных систем обработки данных трудно представить сегодня передовые производственные технологии, управление экономикой на всех ее уровнях, научные исследования, образование, издательское дело, функционирование средств массовой информации, проведение крупных спортивных состязаний.

Значительно расширило сферу применения систем обработки данных появление персональных компьютеров. Одним из наиболее распространенных классов систем обработки данных являются информационные системы.

Автоматизированной информационной системой называется комплекс, включающий вычислительное и коммуникационное оборудование, программное обеспечение, лингвистические средства и информационные ресурсы, а также системный персонал и обеспечивающий поддержку динамической информационной модели некоторой части реального мира для удовлетворения информационных потребностей пользователей.

Информационные системы уже многие десятки и даже сотни лет существуют и используются на практике в форме различного рода картотек и коллекций бумажных документов. Однако в таких системах отсутствует какая-либо автоматизация обработки данных. Они позволяют лишь регистрировать и поддерживать в систематизированной форме на бумажных носителях результаты произведенных натуральных измерений.

Основными характеристиками ИС являются:

- поддержка полного цикла управления в масштабах корпорации;
- значительные масштабы системы и объекта управления;
- неоднородность составляющих технического и программного обеспечения компонентов ИС управления;
- единое информационное пространство выработки управленческих решений (управление финансами, персоналом, управление производством, логистика, маркетинг);
- функционирование в неоднородной операционной среде на нескольких вычислительных платформах;
- управление в реальном масштабе времени;
- высокая надежность, открытость и масштабируемость информационных компонентов.

Рассмотрим структуру информационной системы. Можно выделить базовые компоненты компьютерной информационной системы (ИС):

- информация;
- информационные технологии;
- организационные единицы управления;
- функциональные компоненты.

Вопросы к обсуждению:

1. Какова номенклатура компьютерного оборудования туристского предприятия и возможности его применения?
2. Какое программное обеспечение общего назначения применяется на предприятиях индустрии туризма?
3. Какие виды информационно-вычислительных сетей применяются на предприятиях индустрии туризма?

1. Электронная коммерция в туризме и гостеприимстве.

2. РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма

3. Цели занятия.

- сформировать представление об основных принципах работы современных информационных технологий профессиональной деятельности
- сформировать понимание об использовании современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности
- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль информационных технологий в современном мире	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

2	Анализ современных мультимедийных технологий в туризме, преимущества их использования.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Мобильное приложение как средство коммуникации современного туриста	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

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

Автоматизированные системы управления турфирмами предназначены для автоматизации деятельности туроператоров и турагентов по формированию и реализации турпродукта потребителю.

Цель автоматизации турфирмы – это информационная поддержка формирования и принятия управленческих решений.

Любая автоматизация турфирмы предполагает создание автоматизированных рабочих мест (АРМ) для выполнения различных задач управления.

В настоящее время в можно выделить следующие этапы автоматизации типовой российской турфирмы:

применение стандартного программного обеспечения (пакет Microsoft Office), программы-переводчики, бухгалтерские, финансовые, системы электронного документооборота и др.

применение специализированных программных продуктов «МАСТЕР ТУР», «САМО-ТУР» и др.

использование глобальных компьютерных систем бронирования.

интеграция специализированных программ с системами бронирования.

участие в электронной торговле или электронном бизнесе.

Автоматизированная информационная система для турфирм должна отвечать следующим требованиям:

соответствовать нормам российского законодательства;

охватывать все стороны производственно-хозяйственной и финансовой деятельности турфирмы, обеспечивая при этом

функциональную полноту – обеспечение отдельной программой (подсистемой или модулем) автоматизации полного набора функций любого подразделения турфирмы;

эффективность – высокую производительность автоматизированной системы;

комплексность – обеспечение тесной взаимосвязи всех модулей;

модульность – функциональная завершенность отдельной программы (подсистемы, модуля), возможность закупки отдельных модулей;

гибкость и открытость архитектуры – возможность дополнения системы отдельными модулями;

масштабируемость – эффективное функционирование при любых объемах обрабатываемой информации и вне зависимости от числа участников информационного процесса;

иметь статистический и аналитический блоки для оперативного анализа деятельности турфирмы;

быть конкурентоспособным программным продуктом;

иметь возможность модернизации программ;

обеспечивать надежность и безопасность хранения данных, иметь защиту от несанкционированного доступа;

иметь гибкую настройку параметров на особенности конкретной фирмы;

иметь фирменную техническую поддержку;
функционировать на базе архитектуры клиент-сервер, обеспечивая обработку информации, находящейся на разных компьютерах без потери производительности.

Далее будем рассматривать только программное обеспечение автоматизированных информационных систем управления в туризме.

Выбор турфирмами программных продуктов и специфика их использования зависят, в частности:

- от направления деятельности турфирмы, совокупности решаемых задач, исходной технологии, принятой на турфирме, суммарного объема продаж, финансового состояния турфирмы; □ от осведомленности руководства турфирмы о программном обеспечении, существующем на рынке информационных технологии управления в туризме, о его достоинствах и недостатках;

- от режима работы компьютеров (автономный или сетевой).

При выборе программного обеспечения необходимо обратить внимание на:

- известность и надежность, опыт использования в других турфирмах;

- дружелюбность, простота, стандартность интерфейса;

- стоимость приобретения программного продукта и его обслуживания.

Полная стоимость автоматизации турфирмы складывается из стоимости программного обеспечения, техники, обучения, услуг обслуживания и т.д. В эту стоимость входит: сумма на приобретение техники и программного обеспечения, сумма постоянных расходов на обслуживание техники и программного обеспечения, обучение персонала. Поэтому сравнивать стоимость внедрения различных автоматизированных информационных систем следует с учетом перечисленных составляющих.

Существующие в настоящее время программы автоматизации работы турфирм можно условно разбить на три класса:

программы, которые обеспечивают внутреннюю деятельность турфирмы, без автоматизации поддержки внешних взаимосвязей. Предполагается создание локальной вычислительной сети, баз данных, которые располагаются на мощном сервере, к которому обеспечен сетевой доступ пользователей с их АРМ;

программы автоматизации, включающие возможности программ первого класса, а также позволяют туроператору осуществлять модемную связь с другими турагенствами;

программы автоматизации, базирующиеся на использовании глобальных телекоммуникационных сетей. В этом случае базы данных о турпродуктах той или иной турфирмы размещаются в информационных узлах глобальной сети и для всех пользователей обеспечен удаленный доступ в режиме online.

Вопросы к обсуждению:

1. Какова номенклатура компьютерного оборудования туристского предприятия и возможности его применения?
2. Какое программное обеспечение общего назначения применяется на предприятиях индустрии туризма?
3. Какие виды информационно-вычислительных сетей применяются на предприятиях индустрии туризма?

1. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.

3. Цели занятия:

- сформировать согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.
- сформировать понимание об обеспечении информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия и проводить мероприятия по продвижению туристского продукта
- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Современная индустрия гостинично-ресторанного бизнеса и туризма за последние годы претерпела весьма существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий.

Желая поднять престиж своей гостиницы или пансионата, обеспечить четкость и оперативность обслуживания клиентов, наладить контроль за действиями персонала и т.п., руководитель гостиницы неминуемо приходит к мысли о необходимости приобретения и последующего внедрения автоматизированной гостиничной системы.

Успешное функционирование любой фирмы на рынке туристского бизнеса практически невозможно без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию решения вспомогательных задач при предоставлении туристских услуг (параллельное оформление таких документов, как билеты, счета и путеводители, обеспечение расчетной и справочной информацией и др.). Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации.

Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных информационных технологий, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

На рынке в настоящее время представлено не более десятка гостиничных систем, причем добрая половина из них - адаптированные импортные, так что выбор, в общем-то,

невелик. Речь идет только о тиражных системах и не рассматриваются индивидуальные разработки, выполненные по заказам конкретных гостиниц, не предназначенные для широкого распространения.

Целью данной работы является рассмотрение информационных технологий в управлении гостинично-ресторанным комплексом и туризмом.

В ходе достижения поставленной цели в работе будут решены следующие задачи: во-первых, рассмотрена сущность информационных технологий, во-вторых, проанализировано современное состояние использования информационных технологий в гостинично-ресторанных комплексах и туризме, наконец, в-третьих, изучен практический опыт применения информационных систем в гостиницах, ресторанах и туризме.

1. Современные информационные технологии на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма.

Индустрия гостеприимства -- важнейшая отрасль экономики большинства стран мира. Современную индустрию гостеприимства характеризуют быстрая сменяемость экономических условий, повышение качества услуг, непрерывное вступление на рынок новых участников, в том числе иностранных. Эти изменения оказывают сильное влияние на финансовое положение российских предприятий индустрии гостеприимства.

Конкурентное преимущество и даже выживаемость предприятий индустрии гостеприимства зависит от нововведений в области информационных технологий, таких как: во-первых, систем принятия решений на основе систем автоматизированного управления, а во-вторых -- систем, связанные с хранением и интеллектуальной обработкой данных.

В настоящее время направлениями развития информационных технологий в туризме выступают:

- локальная автоматизация предприятия;
- внедрение программ автоматизации формирования, продвижения и реализации туристского продукта;
- использование систем управления базами данных;
- использование локальных компьютерных сетей;
- внедрение систем бронирования;
- внедрение мультимедийных маркетинговых систем;
- использование сети Интернет.

В сегодняшнем мире ни одна успешная гостиница не может обойтись без применения информационных технологий. Первые гостиничные системы появились в 80-х годах XX века и с тех пор прошли большой путь. Возможности автоматизации гостиниц приобрели комплексный характер, охватывающий все процессы деятельности. Российские гостиницы находились в изоляции от мировых тенденций развития, но сегодня переживает этап лавинообразного перехода с бумажно-ручного метода работы на применение автоматизированных систем.

Необходимость внедрения систем автоматизированного управления стала очевидным фактором успешного развития бизнеса для большинства гостиниц. Использование технологий становится средством конкурентной борьбы. Технологический прогресс идет большими темпами. Если раньше гостиницы меняли технологическое оснащение в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня цикл сократился до 3-5 лет.

Сам факт установки современной системы не означает безусловное получение отдачи. Эффективность автоматизации зависит от целого комплекса скоординированных мероприятий по пересмотру сложившихся методов и порядка работы, переподготовке персонала, разработке информационно-технологической стратегии предприятия.

Ценность системы управления можно рассматривать в двух разрезах -- процессов, которые система автоматизирует, и данных, аккумулируемых системой в ходе её работы.

Компьютерные системы управления предприятием позволяют автоматизировать выполнение рутинных задач персонала и руководства гостиницы. При этом достигается взаимосвязь между различными службами, что повышает эффективность и позволяет

избавиться от ошибок. Многие задачи, например, прием и размещение больших групп гостей, применение сложных тарифных планов, становятся легко осуществимыми. Кроме того, руководство получает мощный инструмент контроля за состоянием гостиницы и финансовыми потоками, а возможности злоупотреблений персоналом гостиницы сокращаются. В целом, при использовании автоматизированных систем гостиница становится более управляемой. Руководство получает адекватные данные по состоянию дел на текущий момент времени и прогнозу на будущее, имеет возможность принимать корректные и своевременные решения.

Кроме функций управления, системы предлагают дополнительные возможности повышения уровня сервиса для гостей. Клиент становится центром внимания и получает индивидуально-ориентированное обслуживание, поскольку системы позволяют учитывать предпочтения гостей. Процесс оказания услуг становится упрощенным для клиента. Система хранит данные по каждому гостю, когда-либо проживавшему в гостинице. При следующем его приезде она позволяет определить правильный тариф, провести быстрое поселение и предугадать пожелания гостя. Гостиница также получает возможность вести централизованный учет начислений и расчетов с гостями.

Другая важная сторона автоматизации управления гостиницами -- это управление данными.

В основе современных систем управления гостиницами лежат мощные базы данных, позволяющие аккумулировать и хранить детальную информацию по работе гостиницы и её взаимоотношениям с каждым гостем. И если автоматизацию процессов функционирования гостиницы можно назвать обязательным условием для успешной работы гостиницы, то эффективное использование собранных данных является ключевым фактором для достижения гостиницей конкурентного преимущества на рынке.

Накопленные данные становятся бесценным капиталом для гостиницы. Базы данных постояльцев позволяют детально изучать целевой рынок гостиницы, прогнозировать спрос на услуги, проводить эффективную маркетинговую политику.

Для принятия любого решения приходится проводить сложные и трудоемкие исследования, связанные с анализом разноплановой информации. Современная вычислительная техника и программные средства являются основой всей оперативной деятельности, прогнозирования и контроля. Комплексное изучение информационных потоков требует анализа крупных массивов сведений коммерческого и статистического характера.

Специалистам требуется не просто информация о некоторой проблемной ситуации, а недостающее знание. Чтобы решить проблему, информационная система должна обладать знаниями о конкретных предметных областях, а также о том, как связаны между собой отдельные факты и как выявленные зависимости могут использоваться при различных обстоятельствах. Такие системы становятся интеллектуальными. Действительно, в процессе решения задач, которые характеризуются отсутствием, противоречивостью и нечеткостью данных, альтернативностью возможных путей решения возрастает значение не количественных методов, а эвристического опыта. В таких случаях применяются информационно-экспертные системы, которые, по сути становятся системами принятия решений. Они воспроизводят рассуждения экспертов при решении задач, в которых первостепенное значение приобретает извлечение знаний из накопленной фактографии. Использование возможностей таких систем в исследованиях позволяет специалистам оперативно ориентироваться на внешнем и внутреннем рынках, чутко реагировать на изменения потребительского спроса.

К системам управления данными можно отнести:

OLAP (On-Line Analytical Processing) -- оперативная аналитическая обработка данных -- анализ огромного массива данных о деятельности гостиничного предприятия с целью выявления основных тенденций развития, планирования и осуществления маркетинговых шагов и т.д.

Интеллектуальный анализ данных (Data Mining). Его основное назначение -- автоматизированный поиск ранее неизвестных закономерностей в базах данных деятельности компаний, и использование добытых знаний в процессе принятия решений. С помощью DM можно выявить, например, профиль потребителей данного товара, предотвратить махинации с кредитными карточками или предсказать изменение ситуации на рынке.

Компьютерные системы поддержки принятия решений. Принятие решения в большинстве случаев заключается в генерации возможных альтернатив решений, их оценке и выборе лучшей альтернативы. Принять «правильное» решение -- значит выбрать такую альтернативу из числа возможных, в которой с учетом всех разнообразных факторов и противоречивых требований будет оптимизирована общая ценность. Неопределенности являются неотъемлемой частью процессов принятия решений. Увеличение объема информации, усложнение решаемых задач, необходимость учета большого числа взаимосвязанных факторов и быстро меняющейся обстановки требуют использовать вычислительную технику в процессе принятия решения.

Увеличение объема Интернет-услуг свидетельствует о смене приоритетов пользователей с анализа информации к самой информации. Среди последних достижений в области автоматизации и информатизации гостиничного бизнеса имеются интересные примеры.

В гостиницах прямо в номере гостям предлагаются Интернет, электронная почта и различные компьютерные приложения на основе сетевых компьютерных систем. Среда с тонкими клиентами предоставляет гостям доступ к защищенной персональной директории на файл-сервере, на котором постояльцы могут выполнять простые задания с помощью текстового редактора, электронных таблиц и приложения для подготовки презентаций. Местным компаниям предлагается разместить свою рекламу в виде Screen Saver'a, что, по оценке маркетинговой службы отеля, позволяет полностью окупить внедрение такого вида услуг.

Происходит внедрение проектов по предоставлению гостям услуг виртуального jukebox и информации по местным развлечениям. Услуги выбираются гостем с помощью сенсорного экрана. Такая служба позволяет обходиться без справочной литературы, звонков консьержу, службы портье. Кроме того, гости могут работать с привычными офисными приложениями.

Большое внимание уделяется организации электронных продаж. Электронные системы продаж -- это те или иные компьютерные программы, адаптированные для повышения эффективности продаж туристических услуг (авиаперевозок, аренды транспорта, экскурсионного обслуживания и т.д.). Есть несколько основных систем электронных продаж:

- GDS -- глобальная система резервирования;
- Internet -- всемирная компьютерная сеть;
- Локальные системы продаж -- ориентированные либо на определенный регион, либо на определенный круг покупателей.

Глобальные системы появились в середине XX века в связи с ростом объема мировых авиаперевозок и предназначены для профессиональных туристических агентств. Авиакомпании начали устанавливать терминалы систем в агентствах с большими объемами перевозок. Это позволило повысить эффективность деятельности агентств, которые стали применять их не только для продажи авиаперевозок, но и номеров в отелях, сопутствующих услуг. Это потребовало довольно большого вливания финансовых средств, что привело к объединению авиакомпаний в системе резервирования, что позволило существенно сократить расходы по созданию и регулированию этой системы.

Глобальной называют систему, имеющую большое число терминалов, расположенных в разных частях света. Вторым признаком глобальности является возможность бронирования кроме авиаперевозок еще и гостиничных услуг, аренды транспорта, а также всего, что может войти в турпродукт.

На сегодняшний день основными системами, называемыми глобальными выступают: Amadeus/System One; Galileo/Apollo; Sabre/Fantasia; WorldSpan/Abacus.

Появление двойных названий получилось в процессе укрупнения: компании сливались, прибавляя название поглощенной к своему. Вышеперечисленные системы называют «золотой четверкой». Они занимают 90% рынка и охватывают более 500 тыс. агентств по всему миру, причем многие агентства устанавливают у себя несколько терминалов. Часто к ним добавляют систему Sahara (Gabriel), но количество ее терминалов значительно меньше.

Вопросы к обсуждению:

1. Перечислите основные автоматизированные интернет-системы управления туристскими предприятиями.
2. Каковы основные возможности, достоинства и недостатки автоматизированных интернет- систем управления туристским предприятием?
3. Какова методика выбора автоматизированных интернет-систем туристского предприятия? 4. Каков процесс внедрения автоматизированных интернет-систем управления предприятиями индустрии туризма?
4. Проведите сравнительный анализ автоматизированных интернет-систем управления туристскими предприятиями.

1. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.2 Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.

3. Цели занятия:

- сформировать согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.
- сформировать понимание об обеспечении информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия и проводить мероприятия по продвижению туристского продукта
- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия.	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет	Вводная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Современная индустрия гостинично-ресторанного бизнеса и туризма за последние годы претерпела очень существенные изменения в связи с внедрением новых компьютерных технологий.

Желая поднять престиж своего отеля или пансионата, обеспечить четкость и оперативность обслуживания клиентов, наладить контроль за действиями персонала и т. д., менеджер отеля неизбежно приходит к мысли о необходимости покупки а затем внедрить автоматизированную гостиничную систему.

Успешное функционирование любой компании на рынке туристического бизнеса практически невозможно без использования современных информационных технологий. Специфика технологии разработки и продажи туристического продукта требует наличия систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы информацию о наличии транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали бы быстрое бронирование и бронирование мест, так как а также автоматизация решения вспомогательных задач при оказании туристических услуг (параллельная обработка таких документов, как билеты, счета и путеводители, предоставление расчетно-справочной информации и др.). Это возможно при условии широкого использования современных компьютерных технологий обработки и передачи информации в туризме.

Индустрия туризма настолько многогранна и многогранна, что требует использования самых разных информационных технологий, от разработки специализированных программных инструментов, автоматизирующих работу отдельной туристической компании или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

В настоящее время на рынке представлено не более десятка гостиничных систем, причем добрая половина из них импортные адаптированные, поэтому выбор, в целом, не велик. Мы говорим только о циркуляционных системах и не рассматриваем индивидуальные проекты, выполненные по заказу конкретных отелей, не предназначенные для широкого распространения.

Современные информационные технологии на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма

Индустрия гостеприимства важнейший сектор экономики большинства стран мира. Современная индустрия гостеприимства характеризуется стремительной сменой экономических условий, повышением качества услуг, постоянным выходом на рынок новых участников, в том числе иностранных. Эти изменения сильно повлияли на финансовое положение российских гостиничных предприятий.

Конкурентное преимущество и даже выживание предприятий индустрии гостеприимства зависит от инноваций в сфере информационных технологий, таких как: во-первых, системы принятия решений на основе автоматизированных систем управления, во-вторых, системы, связанные с хранением и интеллектуальной обработкой данных.

В настоящее время направлениями развития информационных технологий в туризме являются:

Локальная автоматизация предприятия;

Внедрение программ по автоматизации формирования, продвижения и продажи туристского продукта;

Использование систем управления базами данных;

Использование локальных компьютерных сетей;

Внедрение систем бронирования;

Внедрение мультимедийных маркетинговых систем;

Использование Интернета.

В современном мире ни один успешный отель не обходится без использования информационных технологий. Первые гостиничные системы появились в 80-х годах XX века и с тех пор прошли долгий путь. Возможности автоматизации отелей стали сложными и

охватывают все бизнес-процессы. Российские отели были изолированы от мировых тенденций развития, но сегодня они переживают лавинообразный переход от бумажной работы к использованию автоматизированных систем.

Необходимость внедрения автоматизированных систем управления стала очевидным фактором успешного развития бизнеса для большинства отелей. Использование технологий становится средством конкуренции. Технологический прогресс стремительный. Если раньше отели меняли технологическое оборудование в среднем каждые 7-9 лет, то сегодня цикл сокращен до 3-5 лет.

Сам факт установки современной системы еще не означает, что вы обязательно получите отдачу. Эффективность автоматизации зависит от целого комплекса согласованных мер по пересмотру существующих методов и процедур работы, переподготовке персонала, разработке стратегии информационных технологий для предприятия.

Ценность системы управления можно рассматривать в двух аспектах: процессы, которые система автоматизирует, и данные, накопленные системой во время ее работы.

Компьютерные системы управления предприятием позволяют автоматизировать рутинные задачи персонала и менеджмента отеля. Это обеспечивает взаимосвязь между различными услугами, что повышает эффективность и устраняет ошибки. Многие задачи, например, прием и размещение больших групп гостей, использование сложных тарифных планов, становятся легко выполнимыми. Кроме того, менеджмент получает мощный инструмент для мониторинга состояния отеля и финансовых потоков, а вероятность злоупотреблений со стороны персонала отеля снижается. В целом, при использовании автоматизированных систем гостиница становится более управляемой. Руководство получает адекватные данные о состоянии дел на текущий момент и прогноз на будущее, имеет возможность принимать правильные и своевременные решения.

Помимо функций управления, системы предлагают дополнительные возможности для повышения уровня обслуживания гостей. Клиент становится в центре внимания и получает индивидуальное обслуживание, поскольку система учитывает предпочтения гостей. Для клиента упрощается процесс оказания услуг. В системе хранятся данные по каждому гостю, который когда-либо останавливался в отеле. При его следующем приезде это позволяет правильно определить тариф, провести быструю регистрацию и спрогнозировать пожелания гостя. В гостинице также появляется возможность централизованно вести учет начислений и расчетов с гостями.

Еще один важный аспект автоматизации управления отелем управление данными.

В основе современных систем управления отелем лежат мощные базы данных, которые позволяют накапливать и хранить подробную информацию о работе отеля и его отношениях с каждым гостем. И если автоматизацию процессов работы отеля можно назвать предпосылкой успешной работы отеля, то эффективное использование собранных данных является ключевым фактором для достижения отелем конкурентного преимущества на рынке.

Накопленные данные становятся неоценимым капиталом для отеля. Гостевые базы данных позволяют детально изучить целевой рынок отеля, спрогнозировать спрос на услуги и провести эффективную маркетинговую политику.

Вопросы к обсуждению:

1. Каковы возможности самостоятельного формирования тур продукта потребителем?
2. Каковы возможности электронной коммерции на предприятиях индустрии туризма?
3. Дайте сравнительный анализ средств разработки современных сайтов предприятий индустрии туризма.
4. Назовите основные направления применения Интернет в туризме.

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

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

1. Электронная коммерция в туризме и гостеприимстве.

2. РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация

3. Цели занятия.

- сформировать представление об основных принципах работы современных информационных технологий профессиональной деятельности

- сформировать понимание об использовании современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Роль информационных технологий в современном мире	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Анализ современных мультимедийных технологий в туризме, преимущества их использования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Мобильное приложение как средство коммуникации современного туриста	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Бизнес-планирование на предприятиях индустрии туризма.

2. Программное обеспечение для бизнес-планирования на предприятиях индустрии туризма.

3. Технология работы с программным продуктом Project Expert.

4. Электронная коммерция - важнейший составной элемент электронного бизнеса

5. Электронная коммерция: общие сведения, определения

6. Бизнес традиционный и электронный

7. Движение денег в сети тины электронных платежей, кредитные карты, электронные чеки, цифровые деньги

8. Электронная коммерция на потребительском рынке

9. Сущность, объективные предпосылки и тенденции развития электронного бизнеса

1. Электронная коммерция в туризме и гостеприимстве.

2. РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма

3. Цели занятия.

- сформировать представление об основных принципах работы современных информационных технологий профессиональной деятельности

- сформировать понимание об использовании современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности

- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Бизнес-планирование на предприятиях индустрии туризма.
2. Программное обеспечение для бизнес-планирования на предприятиях индустрии туризма.
3. Технология работы с программным продуктом Project Expert.
4. Электронная коммерция - важнейший составной элемент электронного бизнеса
5. Электронная коммерция: общие сведения, определения
6. Бизнес традиционный и электронный
7. Движение денег в сети тины электронных платежей, кредитные карты, электронные чеки, цифровые деньги
8. Электронная коммерция на потребительском рынке
9. Сущность, объективные предпосылки и тенденции развития электронного бизнеса

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

- 1) Рынок - электронная почта, телеконференции, электронные доски объявлений и провайдерских услуг.
 - а) , сетевых коммуникаций
 - б) , программного лицензирования
 - в) , электронных услуг
 - г) , программного обеспечения
- 2) Верны ли утверждения? А) При формировании поискового запроса большинство серверов не позволяют в явном виде указать логические связки, объединяющие ключевые слова. В) На разных поисковых серверах при формировании расширенного поискового запроса используется разный синтаксис - так называемый язык запросов Подберите правильный ответ
 - а) . А - нет, В - да
 - б) . А - да, В - нет
 - в) . А - да, В - да
 - г) . А - нет, В – нет

1) Верны ли определения? А) Технология «клиент - сервер» - это объединение в Интернете глобальных вычислительных сетей. В) Невидимая часть сайтов - это та часть, которая обрабатывается поисковыми системами и индексируется. Подберите правильный ответ

- а) . А - да, В - да
- б) . А - нет, В - да
- в) . А - да, В - нет
- г) . А - нет, В - нет

2) -учетная запись, идентификационный номер посетителя, хранящийся в базе данных сервера.

- а) . Аккаунт
- б) . Колокация
- в) . Аутентификация
- г) . Трансакция

1. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.

3. Цели занятия:

- сформировать согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

- сформировать понимание об обеспечении информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия и проводить мероприятия по продвижению туристского продукта

- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами

4. Структура практического (семинарского) занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Виды и характеристики систем электронной коммерции в корпоративном секторе

2. Особенности торговли информационным продуктом и оказания информационных услуг в сети Интернет

3. Организация финансовых расчетов в процессах электронной коммерции

4. Сущность и перспективы развития мобильной коммерции

5. Информационная безопасность процессов электронной коммерции

6. Доля электронных продаж на туристическом рынке технологии

7. Персонализация услуг как перспективное направление в развитии электронной коммерции в сфере туризма
8. Средства повышение покупательской активности посетителей Интернет-ресурсов
9. Глобальная сеть Интернет как инструмент организации единого информационного пространства электронного бизнеса
10. Описание WEB-узла, навигация покупателя, каналы сбыта
11. Маркетинговые информационные системы. Электронная реклама.
12. Защита информации при электронной коммерции: криптография, процесс шифрования, цифровые сертификаты
13. Перспективы развития электронной коммерции: технологии, Интернет и частные сети

1. ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

2. РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.2 Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.

3. Цели занятия:

- сформировать согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.
- сформировать понимание об обеспечении информационного консультирования и сопровождения клиентов туристского предприятия и проводить мероприятия по продвижению туристского продукта
- раскрыть основные положения процессов обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и методы ведения переговоров с туристами

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновационные информационные технологии туристского бизнеса: различия по регионам мира.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Преимущества использования мобильного Интернета для туристского предприятия.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Способы коммуникации с клиентом по средствам сети Интернет	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Виды и характеристики систем электронной коммерции в корпоративном секторе
2. Особенности торговли информационным продуктом и оказания информационных услуг в сети Интернет
3. Организация финансовых расчетов в процессах электронной коммерции
4. Сущность и перспективы развития мобильной коммерции
5. Информационная безопасность процессов электронной коммерции
6. Доля электронных продаж на туристическом рынке технологии
7. Персонализация услуг как перспективное направление в развитии электронной коммерции в сфере туризма

8. Средства повышение покупательской активности посетителей Интернет-ресурсов
9. Глобальная сеть Интернет как инструмент организации единого информационного пространства электронного бизнеса
10. Описание WEB-узла, навигация покупателя, каналы сбыта
11. Маркетинговые информационные системы. Электронная реклама.
12. Защита информации при электронной коммерции: криптография, процесс шифрования, цифровые сертификаты
13. Перспективы развития электронной коммерции: технологии, Интернет и частные сети

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

1) Информационный WEB: 1) является средством массовой информации (СМИ); 2) должен работать в реальном масштабе времени; 3) размещается информация Web-присутствия; 4) на сайте может быть размещена подробная информация о товарах и услугах

- а) . Только 1, 2, 3
- б) . Только 2 и 4
- в) . Только 4
- г) . 1, 2, 3, 4

2) Верны ли утверждения? А) Серверы-каталоги работают следующим образом: регулярно прочитывают содержание большинства web-стратц Сети («индексируют» их) и помещают их полностью или частично в общую базу данных. В) Поисковые каталоги общего назначения включают в себя ресурсы разного профиля Подберите правильный ответ

- а) . А - да, В - да
- б) . А - нет, В - да
- в) . А - нет, В – нет
- г) . А - да, В – нет

1) - это состояние устойчивости информационной системы к случайным или преднамеренным воздействиям, исключающее недопустимые риски уничтожения, искажения и раскрытия информации, которые приводят к материальному ущербу владельца или пользователя информации.

- а) . Цифровая подпись
- 2) . Шифрование
- в) . Аутентификация
- г) . Информационная безопасность

б) . Верны ли утверждения? А) Технологии электронной коммерции будут развиваться в направлении оказания более персонализированных услуг. В) Доля электронных продаж на туррынке скоро полностью вытеснит традиционные продажи Подберите правильный ответ

- а) . А - нет, В - нет
- б) . А - нет, В - да
- в) . А - да, В – нет
- г) . А - да, В - да

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. Информационно коммуникативные технологии как неотъемлемая составляющая индустрии туризма

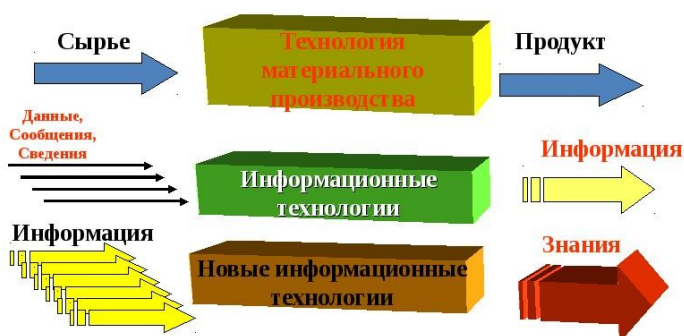
Тема 1.1. Понятие об информационных технологиях, история их развития, классификация



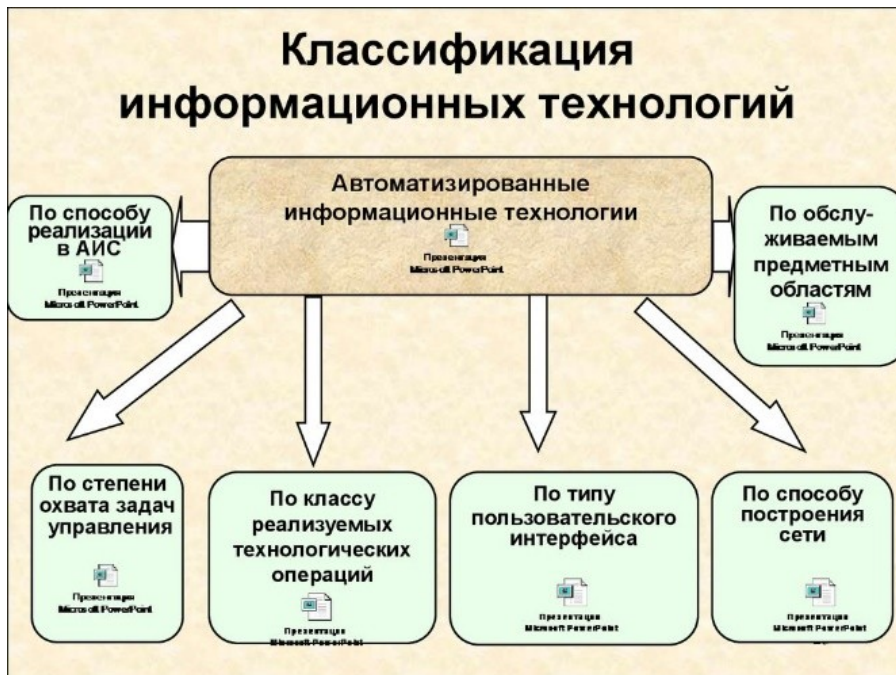
Источник: https://mypresentation.ru/documents_5/9d138999661d1d50ab526465a0c68bcb/img4.jpg



Понятие информационных технологий



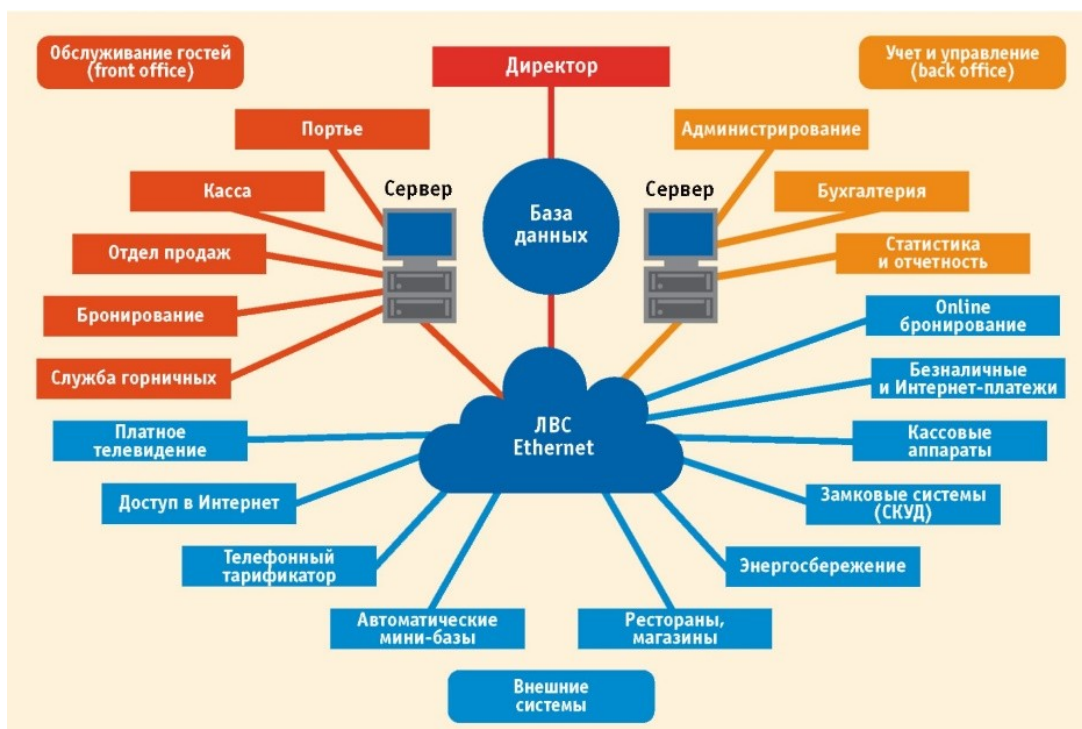
Источник: https://mypresentation.ru/documents_5/fc422ba678efa952afb56916235ac8be/img27.jpg



Источник:

<https://cf.ppt-online.org/files/slide/w/wTIQ2dhpD9ng6XK7CANGrEHFumMaR5SPs3yezX/slide-22.jpg>

Тема 1.2. Автоматизированные системы управления предприятиями индустрии туризма



Источник: <https://www.evkoval.org/evkovaupload/job/181403/4.jpg>



Источник: https://fsd.multiurok.ru/html/2020/03/31/s_5e82f1682dc2f/1400340_2.jpeg



Источник: https://present5.com/presentation/52336206_111273569/image-8.jpg

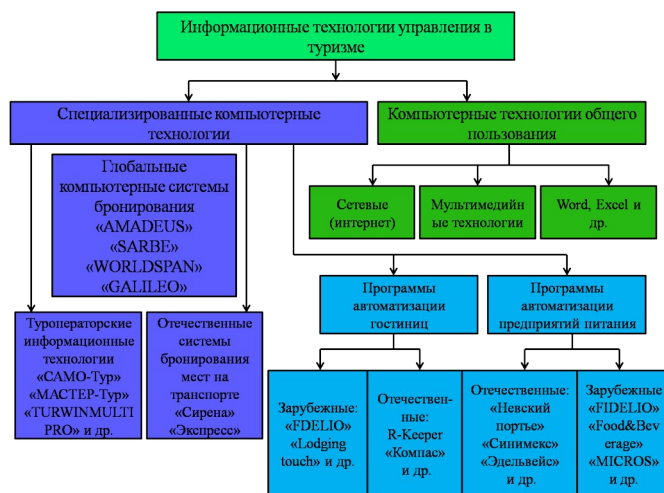
РАЗДЕЛ 2. Интернет как техническая система, сеть документов и среда передачи информации

Тема 2.1. Интернет-системы управления предприятиями индустрии туризма.



Источник:

<https://robotrackkursk.ru/wp-content/uploads/d/6/c/d6cdfaffa031fb900563e516fbd01a95.png>



Источник: <https://image.jimcdn.com/app/cms/image/transf/none/path/s5e919b38199f3cbc/image/ib7f2f291e7c1185a/version/1400045406/image.png>

ИТ в туризме

- Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д.
- При этом необходимо отметить, что эта система технологий разворачивается не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы информационных технологий имеет значение для всех остальных частей.



Источник: <https://cf2.ppt-online.org/files2/slide/y/yJ4rmxjVP9Gb20T3csfSp8zvtqog7HiK6Nd5FZe/slide-8.jpg>

Тема 2.2. Интернет и WEB-технологии на предприятиях индустрии туризма.

Основные тенденции развития информационных технологий в туризме

- замена печатных изданий их публикациями и рекламой в Интернете.
- приобретение новой аудитории, охват услугами территории, экономия времени при работе с клиентами за счёт использования онлайн-операций туркомпаниями



Источник:

<https://com-business.ru/wp-content/uploads/9/e/6/9e640a8e70aa554b4c20a3a8fd26255d.jpeg>

Направления информационных технологий в индустрии туризма

- сфера бронирования и резервирования
- маркетинг и реклама туристических предприятий в сети Интернет
- системы мультимедиа



Источник: <https://dpkgroup.ru/wp-content/uploads/b/f/3/bf38f649a733580eb7acb676bc80064d.jpeg>




Источник: https://elbuz.com/image/data/eg_products/news/33826_M.jpg

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

/ К.К. Поздняков
29 февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ
ВПЕЧАТЛЕНИЙ**

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) «Развитие внутреннего и въездного туризма и экономики впечатлений» разработана 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 июня 2017г. № № 516, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки 43.03.02 *Туризм* (далее – «ОПОП»).

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

Методические материалы по дисциплине (модулю) обсуждены и утверждены на заседании кафедры сервис-дизайна в индустрии туризма и гостеприимства (выпускающая кафедра) 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).....	7
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	12
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).....	27
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	27
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	51
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)...	51
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	59
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	59
Внутренний туризм как фактор социально-экономического развития региона.....	62
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	63

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

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

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ	
Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма	Управленческие аспекты экономики впечатлений. Развитие рынка современного туризма. Теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма. Менеджмент и маркетинг как инструменты экономики впечатлений. Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений. Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Построение системы менеджмента туристско-

	экскурсионного предприятия.
Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений. Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе в сфере внутреннего туризма. Методика сервисного аудита внутреннего туризма. Проведение сервисного аудита предприятия экскурсионного бизнеса при разработке турпродукта внутреннего туризма. Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды внутреннего туризма. Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики впечатлений.
РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА	
Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений	Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений. Туроперейтинг на рынке внутреннего оздоровительного и медицинского туризма. Туроперейтинг на рынке внутреннего делового и событийного туризма. Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений. Особенности спроса на туристские услуги в рамках туризма впечатлений. Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений.
Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений	Система управления внутренним туризмом в России в современных условиях. Повышение эффективности управления внутренним туризмом на региональном и местном уровнях. Оценка эффективности развития туризма на разных уровнях управления региональной экономикой. Продвижение регионального турпродукта на внутреннем рынке. Продвижение регионального турпродукта на цифровом рынке
РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ	
Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного	Значение въездного туризма. Демографические и социально-экономические факторы роста туристических путешествий. Доля России в общем объеме мирового туризма. Основные потоки иностранных туристов в Россию. Страны — поставщики туристов. Факторы, сдерживающие развитие въездного туризма. Условия для развития въездного туризма.
Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма	Состав современной материально-технической базы въездного туризма. Средства пассажирских перевозок. Основные проблемы перевозки иностранных туристов. Туристские принимающие фирмы в России. Требования, предъявляемые к принимающей турфирме. Материально-техническая база турфирмы. Основные функциональные направления деятельности принимающей турфирмы: работа на зарубежном рынке, работа на российском рынке, организация и контроль финансовых потоков.

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 четко 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. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Анализ теоретико-методологической базы, касающейся экономики впечатлений.
2. Изучение и анализ эволюции концептов Experience Economy
3. Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к ориентации на ощущения, впечатления.
4. Изучение и анализ трендов в системе глобального туризма.
5. Поиск принципиальных отличий традиционного маркетинга от маркетинга взаимодействий.
6. Анализ и характеристика потенциала экономики впечатлений
7. Технологии анализа качества ощущений в туризме.
8. Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.
9. Новые тренды туризма

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений

Вопросы для самоподготовки:

1. Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов
2. Изучение основных терминов по теме «Инсценирование в туризме».
3. Изучение аспектов инсценирования.
4. Изучение инструментов инсценирования.
5. Изучение опыта инсценирования в туризме на основе международной практики: города, страны, туристские центры.
6. Инструменты инсценирования в деталях
7. Анализ выбранной страны с позиции развития туризма впечатлений.
8. Анализ особенностей менеджмента впечатлений в выбранной стране.
9. Анализ опыта инсценирования в выбранной стране

РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

Вопросы для самоподготовки:

1. Внутренний туризм как приоритетное направление отрасли
2. Рынок MICE
3. Внутренний событийный туризм
4. Особенности туроперейтинга мега-событий в экономике впечатлений
5. Особенности формирования турпродукта в оздоровительном внутреннем туризме

6. Дестинации оздоровительного туризма
7. Диверсификация внутреннего турпродукта в устойчивом туризме
8. Овер-туризм
9. Осознанный спрос и экологичность внутреннего туризма

Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

Вопросы для самоподготовки:

1. Программно-целевой метод развития и управления внутренним туризмом
2. Туризм как отрасль региональной экономики
3. Реализация проектов в сфере внутреннего туризма посредством государственно-частного партнерства
4. Планирование и оценка эффективности продвижения внутреннего турпродукта
5. Управление развитием внутреннего туризма на основе проектного подхода
6. Моделирование развития внутреннего туризма в дестинации
7. Опыт продвижения туристской дестинации в цифровой экономике
8. Цифровой опыт.
9. Цифровой туристско-информационный центр

РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России

Вопросы для самоподготовки:

1. Современная туристская политика в России. Федеральные целевые программы и их роль в развитии внутреннего и въездного туризма. Кластерный подход
2. Влияние факторов на развитие въездного туризма. Статистическое наблюдение въездного туризма. Организационные меры по развитию въездного туризма в России

Практическое задание:

Изучить формы отчетности по теме: «Влияние факторов на развитие въездного туризма. Статистическое наблюдение въездного туризма. Организационные меры по развитию въездного туризма в России». Представить аннотацию статьи из периодики с анализом деятельности ведущих туристских фирм России по организации въездного и внутреннего туризма

Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма

Вопросы для самоподготовки:

1. Организация и управление развитием приоритетных видов внутреннего туризма. Экологический туризм в России
2. Организация въездного и внутреннего туризма в регионах РФ
3. Бренд туристской территории: алгоритм создания и продвижения

Практическое задание:

Работа со статистическими данными и территориальную направленность туристских потоков. Подготовка презентаций по вопросам: «Современная туристская политика в России. Федеральные целевые программы и их роль в развитии внутреннего и въездного туризма. Кластерный подход».

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

РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма



* В. Joseph Pine II James H. Gilmore
"The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage"

Потребности туристов в области получения впечатлений

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений



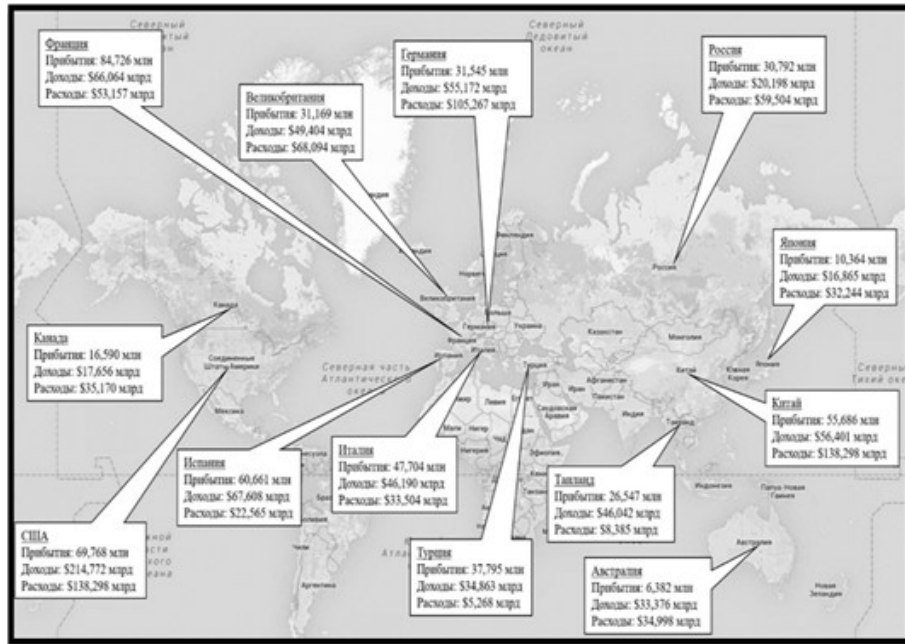
Формирование впечатления в сфере сервиса

РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

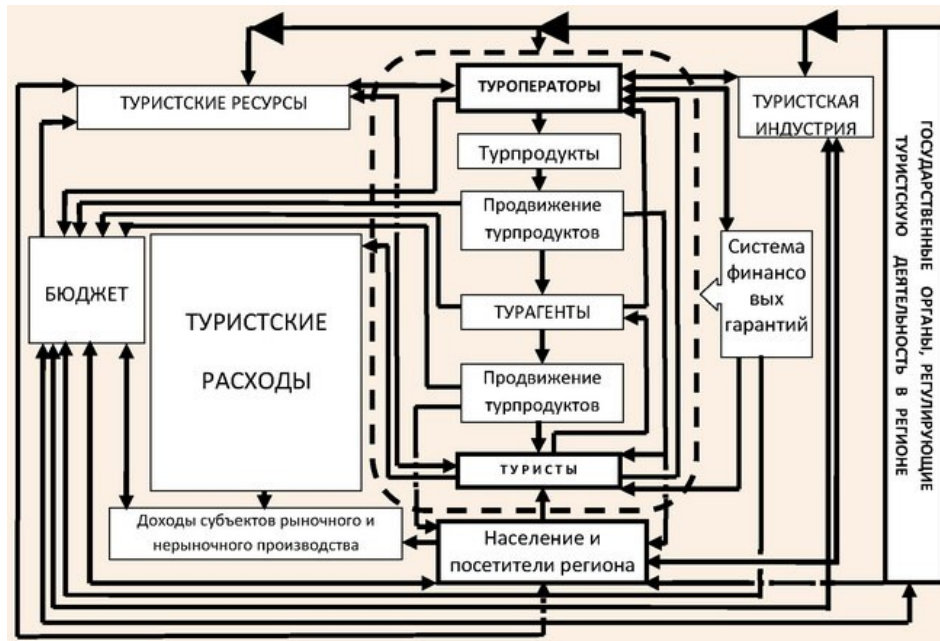


Востребованность культурно-познавательного внутреннего туризма



Гастрономический туризм как особый вид туризма и составляющая экономики впечатлений

Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений



Внутренний туризм как фактор социально-экономического развития региона

РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России



Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма



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

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Цифровой маркетинг и продвижение туристских и гостиничных продуктов» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических 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.

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 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. *refere* – 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 заслушиванием 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. 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 демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей;
- свободное владение терминологией;
- ответы на дополнительные вопросы четкие, краткие;

«Хорошо»:

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

«Удовлетворительно»:

- ответ не полный, с ошибками в деталях, умение раскрыть значение 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. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание об основах управленческие аспекты экономики впечатлений.
- изучить теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческие аспекты экономики впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2.	Теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3.	Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема лекционного занятия: Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

Текст лекции.

Туризм в России сейчас называют «новой нефтью» как одно из прибыльных и перспективных направлений экономики. Неизбежный подъем спроса на внутренний туризм сначала был связан с ковидными ограничениями, а сейчас и с геополитической ситуацией. Власти быстро подхватили этот тренд и выделяют на развитие туристической сферы в регионах внушительные средства, что делает ее привлекательной для новых игроков. При этом в отрасли огромное количество нерешенных проблем: от неразвитой инфраструктуры до

низкого уровня сервиса. В чем же секрет успешного туристического проекта и что мешает владельцам бизнеса создавать качественные объекты притяжения туристов?

Эра экономики впечатлений

В России есть примерно 25-30 млн потенциальных путешественников с хорошим доходом, которые привыкли летать за рубеж, привыкли к определенному комфорту в отелях и гостиницах, но по тем или иным причинам им это сейчас недоступно. Это создает огромный отложенный спрос, который отчасти компенсируется глэмпингом, автомобильными путешествиями в районах Дагестана, Алтая, Байкала, Камчатки и т.д. Однако такие путешествия полностью не покрывают запросы россиян на семейный отдых с нормальным уровнем сервиса, к которому они привыкли. При этом предложений для такого запроса по прежнему немного, так как низкое качество обслуживания для гостиничного бизнеса в России остается большой проблемой.

В России есть международные сети отелей, задающие стандарты качества, но многие сейчас покидают рынок. Остаются достаточно дорогие гостиницы с хорошим сервисом, стоимость которых зачастую значительно превышает и сетевые, и все остальные, где качество услуг часто не соответствует даже заявленному уровню. Специалист в области культуры сервиса Джон Шоул в своем выступлении на конференции Hospitable Business отмечал в качестве характерной особенности российского рынка, что в отеле, позиционирующем себя как 5-звездочный, часто можно встретить сервис на 3 или даже 2 звезды. Таким образом, в гостиничном бизнесе возникает дефицит предложения для платежеспособной части аудитории и это вызов для индустрии.

Текущая ситуация лишь подсветила проблемы, которые существовали на рынке и раньше. Мы давно вошли в ту эру экономики, когда покупатель тратит деньги не на вещь, а на пользу от неё, то есть человек платит не за машину, а за то, чтобы в комфорте попасть из точки «а» в точку «б». Речь идет об экономике впечатлений. Такси, каршеринги, службы доставки, интернет-банки приучили аудиторию быть более требовательными к клиентскому опыту, и люди уже готовы за него платить. Не говоря уже о том, что россияне успели поехать по заграницам и им есть с чем сравнивать.

Комфорт, обеспеченный качеством интерьера — это лишь одна из составляющих хорошего отдыха. В тот момент, когда владелец отеля понимает, что человек платит не за номер у моря, а за хороший отпуск, впечатления и перезарядку, меняется оптика, через которую он смотрит на бизнес. Именно тогда он начинает замечать неиспользованные возможности, которые могут принести больше денег: сервис, дополнительные услуги, экскурсии. Однако слишком многие владельцы отелей думают в первую очередь об инфраструктуре и базовом обслуживании вроде уборки номеров. Не говоря уже о новых игроках рынка, которые часто смотрят на ситуацию через следующую оптику — главное запуститься, а дальше разберемся. Впрочем, такой подход характерен не только для туризма, но это уже совсем другая история.

Проблемы туристической отрасли

Работа в туристическом секторе — это сложный, сезонный и достаточно инерционный бизнес с огромным количеством показателей. Для этого требуется эффективно привлекать новых клиентов, уметь работать с лояльностью, дополнительными продажами услуг, а также повторными продажами, минуя воронку для новых клиентов. При этом необходимо эффективно управлять физическими активами и следить за сохранением качества обслуживания. На фоне последних изменений, на рынке оказалось не так много игроков, которые в этом преуспели. Что повлияло на эту ситуацию:

Уход с рынка Booking.com / Airbnb, которые обеспечивали многим гостиницам до 95% B2C трафика. При этом на российском рынке пока не появился лидер, способный их заменить.

Уход сетевых игроков отельного бизнеса, которые не только обеспечивали трафиком отели своей сети, но также были центром экспертиз с точки зрения управления лояльностью, сервисных моделей и бизнес-процессов

Выход на рынок большого количества новых игроков, привлеченным ростом сферы туризма и государственными инвестициями

В итоге на, казалось бы, растущем рынке, в разгар сезона отличные гостиницы порой стоят полупустые, потому что все их продажи осуществлялись через международные агрегаторы, либо они были частью международной сети — сейчас они просто не попадают в поле внимания целевой аудитории. При этом туристические объекты, рекреационные зоны, гостиницы с сильной системой привлечения сейчас переполнены, от чего неизбежно начинает страдать качество обслуживания, и вроде бы развернувшиеся в сторону локального туризма аудитории решают «в следующих раз только за границу – за любые деньги».

Всё это накладывает на еще одну проблему, косвенно влияющую на все остальное — нарушение логистических цепочек. Когда ресторану внезапно становится недоступна треть продуктов, руководство прежде всего ищет новых поставщиков и переделывает меню, то есть фокус внимания неизбежно смещается с маркетинга и сервиса. А когда в разгаре большой стройки пятизвездочного отеля три четверти отделочных материалов становятся недоступны, смета и вся финмодель трещат по швам, то последнее, о чем задумывается владелец бизнеса, к сожалению, – это то, как работать с лояльностью гостей.

Рынок туризма ждет новых игроков

Накопленный отложенный спрос в сочетании со всё ещё низким качеством туристической инфраструктуры и сервиса привлекает на рынок новых игроков. Логично, что значительной частью из них становятся девелоперы, для которых, во-первых, в текущих условиях как никогда важна диверсификация, а во-вторых, с накопленным в строительной отрасли опытом им будет проще интегрироваться именно в развитие туристических объектов. Девелоперы могут преуспеть в этом направлении, так как умеют исследовать рынок, умеют строить и продавать недвижимость, знают запросы конкретной аудитории и знают про исследование физической инфраструктуры. Но бизнес, выстроенный на сервисе и лояльности потребителей, является для них иным направлением, где им предстоит осваивать новые инструменты.

Отдельный кластер — частные инвесторы, которые решают построить относительно небольшой элитный объект, в первую очередь для себя и своих друзей. А также те инвесторы, кого привлекают невозвратные государственные деньги. Обе эти аудитории объединяет то, что они зачастую в принципе не смотрят на срок окупаемости — их интересует операционная прибыль. И порой им даже достаточно, чтобы прибыли хватало на поддержание объекта. В обоих случаях владельцы бизнеса склонны фокусироваться на моменте запуска и системе привлечения, без внимания к сервисной модели и построению лояльности. При этом они склонны недооценивать количество средств, необходимых для поддержания инфраструктуры и высокого качества клиентского опыта, а значит и точку безубыточности и срок окупаемости.

Туристическая отрасль в России, на мой взгляд, сейчас стоит на пороге нового витка эволюции. И заключаться он будет в том, что центральной экспертизой станет управление клиентским опытом – не привлечением (с этим все быстро разберутся, либо прогорят), а именно удержанием клиента. Управление клиентским опытом, в свою очередь, подразумевает под собой обязательную цифровизацию бизнеса. А оцифровка всех процессов позволяет

разработать модель, на базе которой можно не просто наблюдать преимущества и недостатки работы, но и, что особенно важно, прогнозировать экономический эффект от еще не внедренных изменений.

Сейчас существует множество инструментов для цифровизации экономики впечатлений, которые помогают владельцам бизнеса тщательно фокусироваться на своей ЦА. К ним можно отнести CJM — Customer Journey Map. Эта метрика дает понять, какой путь проходит клиент, чтобы приобрести продукт или услугу: какие эмоции он испытывает, с какими задачами и проблемами он при этом сталкивается, чего ему не хватает.

Одной из наиболее часто используемых метрик является NPS (Net Promoter Score) — индекс лояльности клиента, ее на регулярной основе исследуют многие компании.

Также существует LTV — Lifetime Value — это прибыль компании, полученная от одного клиента за всё время сотрудничества с ним. Надо признать, что в России совсем не много гостиниц и ресторанов считает LTV и осознанно выстраивают не только воронку привлечения, но и воронку отношений «Знаю -> Понимаю -> Принимаю -> Лоялен». А ведь чем дальше клиент продвинулся по этому пути, тем меньше действий совершить (и денег вложить) нам нужно для того чтобы произошла продажа и допродажа.

К сожалению, даже просто наличие программы лояльности не является индустриальным стандартом. А если подняться на более высокий уровень воронки, то мы обнаружим что большинство курортов в целом и отелей в частности не имеют понятного, дифференцирующего от конкурентов позиционирования и распыляют свой маркетинговый бюджет, пытаясь привлечь максимально большую и разнообразную аудиторию. Это в конечном счете приводит не только к высокой стоимости привлечения, но и низкой удовлетворенности гостя отдыхом. Вероятнее всего, этот гость больше не вернется. Сделать продукт, идеально подходящий для всех — означает сделать продукт «идеальный во всё», а это требует таких затрат, что экономическая модель перестает сходиться.

Подавляющее большинство игроков рынка туризма не успело заметить, что рынок давно перешел в эпоху экономики впечатлений, продолжая уделять первостепенное внимание, в лучшем случае, поддержанию инфраструктуры и привлечению покупателей. Они думают запуском, проектом, а не цельной системой, которая развивается циклично. По какой-то причине забывая или не желая использовать инструменты для формирования качественного сервиса и лояльности клиентов, такие игроки недозарабатывают колоссальные деньги.

Однако, на рынке все чаще появляются девелоперы новой волны — новое поколение экспертов в недвижимости, которые переняли опыт у крупных компаний и выстроили свой маркетинг на глубоком понимании клиентов. Они уже освоили инструменты подсчета экономики впечатлений и теперь у них есть все возможности создавать действительно прорывные проекты на рынке туризма. А выиграют от этого в конечном итоге потребители — возможно, в России в пределах ближайших нескольких лет наконец появится достойный туристический сервис, доступный не только элите.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Анализ теоретико-методологической базы, касающейся экономики впечатлений.
2. Изучение а анализ эволюции концептов Experience Economy
3. Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к ориентации на ощущения, впечатления.
4. Изучение и анализ трендов в системе глобального туризма.
5. Поиск принципиальных отличий традиционного маркетинга от маркетинга взаимодействий.

6. Анализ и характеристика потенциала экономики впечатлений
7. Технологии анализа качества ощущений в туризме.
8. Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.
9. Новые тренды туризма

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ /Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений
- Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знание о проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений
- изучить методику оценки сервисной среды в экскурсионном бизнесе всфере внутреннего туризма.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе всфере внутреннего туризма.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
1.2.	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция
1.3	Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи Заключительная лекция

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

Тема лекционного занятия: Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений

Текст лекции.

Прежде чем говорить об особенностях современного сервиса, хотелось бы определиться с самим понятием сервис на современном этапе.

Наиболее распространено определение сервиса как работы по оказанию услуг, т. е. по удовлетворению чьих-либо потребностей.

Сервис - это система обеспечения, позволяющая покупателю (потребителю) выбрать для себя оптимальный вариант приобретения и потребления технически сложного изделия, а также экономически выгодно эксплуатировать его в течение разумно обусловленного срока, диктуемого интересами потребителя.

Одним из базовых понятий сервисной деятельности является потребность. Это состояние живого существа, выражающее его зависимость от конкретных условий его существования, порождающее активность по отношению к этим условиям.

Отечественная психология рассматривает все потребности как два больших класса: первый класс - потребность как состояние организма, выражающего его объективную нужду в дополнении, которое лежит вне его (всегда можно представить предмет, который мог бы удовлетворить, например, обувь на заказ); второй класс - функциональные потребности (например, в движении, во сне и пр.).

Сервисная деятельность в принципе могла бы предложить услуги по удовлетворению потребностей этих двух видов. Но это связано во многом с тем, что потребности человека имеют и общественный, и личный характер. Личный характер выражается в многообразии человеческих нужд. Общественный характер выражается в том, что каждый вынужден использовать результаты общественного разделения труда и исторически сложившиеся в данной среде способы и приемы удовлетворения потребностей. Именно последнее обстоятельство ограничивает (разумно) возможности удовлетворения невообразимых или патологических потребностей людей.

Определяет возможность потребностей удовлетворения в сервисной деятельности и их происхождение: в естественных потребностях выражается активизирующая деятельность человека, его зависимость от условий, необходимых для сохранения и поддержания его жизни и жизни его потомства (пища, питье, сон и др.). В этих потребностях человек мало отличается от животных, хотя они и выражаются по-другому.

Культурные потребности отражают связь потребности человека с продуктами человеческой культуры и истории. Объекты культурных потребностей - предметы, которые служат средством удовлетворения какой-либо естественной потребности в условиях той или иной культуры (вилка, ложка, палочки для еды). Это также предметы, нужные для труда, культурного общения (лопата, видео и пр.). Культурные потребности зависят от уровня жизни, воспитания, обычаев. Обычно у человека (в отличие от животного) потребности удовлетворяются опосредованно (ест ложкой за столом - общепринятым способом удовлетворения), в то время как животное проявляет себя непосредственно (ест зубами). Если не удовлетворить культурные потребности, человек не погибнет (т.е. если отнять у него ложку, то он найдет более простой способ есть). И здесь большая перспектива для развития новых и новых видов сервиса.

У человека (в отличие от животного) биологические потребности не сводятся лишь к добычанию, приготовлению и потреблению пищи. Есть и другие виды деятельности: уход за детьми, покупка товаров, активный отдых и пр., так называемая бытовая деятельность. Эта та область жизни, где наиболее полно находит применение сервисная деятельность в любом виде.

Особенность сервисной деятельности - ее направленность на удовлетворение потребностей человека путем оказания услуг (и путем удовлетворения универсальной людской потребности в общении с другими). В зависимости от того, какие виды бытовых потребностей и виды услуг удовлетворяются услугами, их делят на материальные бытовые потребности и духовные бытовые потребности. В бытовой сфере круг потребностей определяется функциональными особенностями сервиса как института деятельности, что дает:

- освобождение человека от домашних дел (бытовых мелочей);

- увеличение свободного времени человека и создание необходимых условий для его творческого развития;
- формирование разумных потребностей людей путем воспитания у них культуры поведения, пропаганды эстетических ценностей, нового и значимого в области моды, бытового дизайна и пр.

Для выполнения сотрудниками предприятия сервиса последней указанной задачи - формирования разумных потребностей и общей культуры - важно использовать разработки психологов. Так, мы можем рассматривать контактную зону (место делового общения работника сервиса и клиента) как «зону ближайшего развития» (Л. Выготский), т.е. зону раскрытия потенциальных возможностей в психическом развитии, которые открываются у человека (особенно у детей, молодых людей) при воздействии на него минимальными средствами как общей культуры, так и элементами профессиональной культуры. Кроме очевидного воздействия на клиента путем рекламы о новых услугах, воздействие осуществляется и через весь комплекс сервисных средств.

Если потребности составляют сущность, основную движущую силу всех видов человеческой деятельности, в первую очередь сервисных направлений, которые связаны с материальным производством, то через них потребности развивают всю техническую цивилизацию (культуру).

По этой причине необходимо рассмотреть более подробно сущность и особенности потребностей как явления.

Многие считают, что людям нужны только деньги и материальные блага (как, например, известный американский ученый Д. Макгрегор). Однако в среде ученых есть и другие, которые думают, что люди - высокодуховные и творческие существа и не нуждаются в постоянной погоне за новыми материальными услугами (А. Маслоу).

Эти подходы являются крайними, но помогают выделить главное в представлениях о таком сложном явлении, как потребность. В настоящее время исследователи пришли к выводу, что реалистический синтез всех концепций - это теория «сложного человека», в котором взаимодействуют все аспекты личности.

Когда человек приступает к взаимодействию с другим, он не может освободиться от влияния внешних сил (семьи, соседей, церкви, общества и пр.). Человек просто физически не может оставить за порогом работы или магазина все свои заботы и интересы. И никто не в состоянии удовлетворить все его потребности. Однако те работники, которые видят в человеке только клиента, а не многогранную личность, зачастую приносят своей фирме вместо прибыли - урон, потому что теряют клиента.

Люди имеют множество потребностей. Например, так выглядит характеристика потребностей по Мюррею.

1. Доминантность - стремление контролировать, оказывать влияние, направлять повеление словом, приказом, убеждать, препятствовать, ограничивать других.

2. Агрессия (садизм) - стремление словом или действием опозорить, осудить, поиздеваться, унижить, уничтожить противника.

3. Поиск дружеских связей - стремление к дружбе, любви; добрая воля, симпатия к другим людям, страдание при отсутствии дружеских отношений, желание сблизить людей между собой, убрать препятствия.

4. Отвержение других - стремление отвергнуть попытки сближения, критичность, грубость, уединенность, неприступность, беззастенчивость. Других «ни во что не ставит».

5. Автономия - бегство от всякого ограничения, желание освободиться от опеки, режима, порядка, регламентации, тяжелой работы. Капризность, невоздержанность, эгоизм, любовь к перемене мест, путешествиям.

6. Пассивное повиновение (мазохизм) - пассивное подчинение силе, принятие судьбы, признание собственной неполноценности.

7. Потребность в уважении, поддержке - уважение по отношению к другим (родителям, руководителю, учителю, выдающемуся человеку, желание работать под руководством более сильного, умного, талантливого, стремление стать чьим-то последователем).

8. Потребность достижения - желание преодолеть, побороть, опередить других; сделать что-то быстро и хорошо, достичь высшего уровня в каком-либо деле, быть последовательным и целеустремленным.

9. Потребность быть в центре внимания - желание завоевать других, привлекать внимание к себе, удивлять своими достижениями и качествами личности.

10. Потребность игры - предпочтение игры всякой другой серьезной деятельности, желание развлечений, любовь к остроумию. Иногда сочетается с беззаботностью, безответственностью.

11. Эгоизм (нарциссизм) - стремление ставить превыше всего свои интересы, быть довольным собой, болезненная чувствительность к унижению, застенчивость; тенденция к субъективизму при восприятии внешнего мира. Часто сливается с потребностью в агрессии или отвержении.

12. Социальность (социофилия) - забвение собственных интересов во имя интересов группы, альтруистическая направленность, благородство, уступчивость, забота о других.

13. Потребность оказания помощи - всеобщий утешитель и друг «скорбящих», полон желания заботиться о других, оказать материальную помощь.

14. Потребность избегания наказания - сдерживание собственных импульсов с целью избегания наказания, осуждения. Воспитанность, сдержанность, любезность, стремление придерживаться общепринятых правил.

15. Потребность самозащиты - он во всеоружии в отношении возможного противника, трудно признает свои ошибки, вечно оправдывается ссылкой на обстоятельства, стремится отстаивать свои права, отказывается проанализировать свои ошибки.

16. Потребность избегания опасности - страх, тревога, ужас, паника, чрезмерная осторожность, отсутствие инициативы, уклонение от борьбы.

17. Потребность преодоления поражения, неудачи (фиксация на препятствии) - отличается от потребности достижения акцентом на самостоятельность в действиях. Основные черты - сила воли, упорство, бесстрашие.

18. Потребность порядка - тенденция к упорядочиванию, аккуратности, точности, красоте.

19. Потребность суждения - стремление ставить общие вопросы или отвечать на них, страсть к абстрактным формулировкам, обобщениям, увлеченность вечными вопросами о смысле жизни, добре и зле и т.д.

Другие авторы делят потребности на первичные и вторичные. Первичные - являются по своей природе физиологическими и, как правило, врожденными (в пище, воде, воздухе, сексе и т.п.). Вторичные потребности имеют психологическую природу (желание власти, славы, успеха, уважения, привязанности и т.д.). Вторичные потребности людей различаются в большей степени, чем первичные. А. Маслоу все потребности расположил в иерархии (Приложение А).

На его взгляд, поведение человека определяется прежде всего самой нижней (в треугольнике - базовой) неудовлетворенной потребностью в иерархии. После того как эта потребность удовлетворена, ее мотивирующее воздействие прекращается. Однако эта иерархия не жесткая. Хотя в данный момент одна из потребностей может доминировать, деятельность человека при этом стимулируется не только ею. Имеется и ряд исключений, например, есть люди, для которых самоуважение важнее, чем любовь.

Может ли сервисная деятельность предоставить услуги, удовлетворяющие потребности всех ступеней данной иерархии? Потребность в любви, самоуважении, саморазвитии? Некоторые западные специалисты считают, что за деньги можно купить все, в том числе любовь, уважение, развитие. Отечественные философы и психологи с этим не согласны: любовь матери ребенку может дать только мать, уважение нужно заслужить собственными

усилиями. Кроме того, многие потребности удовлетворяются с помощью любимых людей, родственников и друзей. Можно ли считать, что они оказывают сервисные услуги?

Пока большинство сервисологов склоняются к мнению, что сервис - только такое удовлетворение потребностей, которое осуществляется в условиях договоренности и за вознаграждение. Остальные ситуации относятся к компетенции других областей.

Знание сущности потребностей очень важно для сервисной деятельности и по другим причинам. Во-первых, работник сервиса должен быть психологом и владеть достаточной интуицией, чтобы знать, какая потребность клиента в настоящий момент является доминирующей на самом деле, несмотря на то, что он заявляет о чем-то другом. Чтобы удовлетворить потребность человека в услуге, необходимо осуществить комплекс мер, направленных на выяснение его индивидуальных запросов, и уже с учетом этого произвести работу. Работник сервиса, чтобы эффективно двигаться к цели - убедить клиента купить услугу или качественно обслужить его, должен использовать знания о его потребностях и использовать методы мотивации.

Во-вторых, для эффективной деятельности самого работника сервиса. Если руководитель знает, что подчиненный имеет преимущественно материальные интересы, то он может применять материальное стимулирование (как частный случай мотивирования).

Мотивация - это создание условий, при которых мотивы человека становятся актуальными, действенными. Это отличает мотивацию от стимуляции, которая провоцирует отдельные реакции без понимания мотивов, и от манипуляции, когда у человека есть мотивы и цели, но они не связаны, и он бессознательно побуждается к действию манипулятором. Мотив - это побуждение, связанное с потребностью. Единого мнения относительно понимания этого психического явления нет. В отечественных работах мотив понимается по-разному: и как осознанная потребность, и как предмет потребности - и отождествляется с потребностью.

Психологи говорят, что человек испытывает потребность в чем-либо, когда он ощущает физиологический или психологический недостаток чего-то. С этой точки зрения потребности служат мотивом, побуждением к действию. Оно является поведенческим проявлением потребности и сконцентрировано на достижении цели. Цель - это то, что осознается как средство удовлетворения потребности.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов
2. Изучение основных терминов по теме «Инсценирование в туризме».
3. Изучение аспектов инсценирования.
4. Изучение инструментов инсценирования.
5. Изучение опыта инсценирования в туризме на основе международной практики: города, страны, туристские центры.
6. Инструменты инсценирования в деталях
7. Анализ выбранной страны с позиции развития туризма впечатлений.
8. Анализ особенностей менеджмента впечатлений в выбранной стране.
9. Анализ опыта инсценирования в выбранной стране

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА / Тема 2.1 Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

- изучить общие положения организации и управления специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	<i>Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений.</i>	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Введение.

1. Тема лекционного занятия. Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

Текст лекции.

К специальным видам туризма можно также отнести такое направление, как таймшер. Данный вид туризма появился на российском рынке относительно недавно, но не приобрел большой популярности на российском туристском рынке в связи со специфической непригодностью для российских граждан (для российских граждан основная проблема заключается в получении въездных виз в страну, на территории которой они приобрели таймшер, и существенные денежные расходы при организации вынужденной индивидуальной поездки до места конечного назначения).

К специальным видам туризма можно отнести туры, которые полностью или частично характеризуются следующими признаками:

Не массовые достаточно редкие виды туризма.

Трудоемкие по созданию конечного турпродукта виды туризма.

Капиталоемкие виды туризма.

Туры, сочетающие признаки различных видов туризма.

Новые виды туризма, обусловленные вторичными потребностями человека.

Виды туризма с использованием нетрадиционных источников финансирования.

К специальным, наиболее распространенным видам туризма, которые отвечают вышеперечисленным требованиям, можно отнести следующие:

Религиозный туризм.

Деловой туризм:

Конгрессно-выставочный туризм;

Инсентив-туризм.

Лечебно-оздоровительный туризм.

Экологический туризм.

Событийный туризм.

Горнолыжный туризм.
Экстремальный туризм.
Круизный туризм.

Категории и количество специальных видов туризма не являются раз и навсегда заданными. С изменением потребностей туристов могут появляться новые специальные виды, и в то же время ряд специальных видов туризма постепенно может переходить в разряд обычных и привычных.

Туризм специальных интересов в целом и отдельные его разновидности все чаще становятся объектом исследования в зарубежной и отечественной литературе. Вместе с тем до настоящего времени остается нерешенным целый ряд проблем теоретического и методологического характера. В работе сформулированы основные подходы к определению понятия «туризм специальных интересов». Представлена подробная классификация туризма специальных интересов (ТСИ) по видам. Дана содержательная характеристика наиболее распространенным видам туризма специальных интересов: приключенческий туризм, экстремальный туризм, алкогольный туризм, гастрономический туризм, сексуальный туризм и т.п. Обозначены перспективы развития туризма специальных интересов.

Увеличение спроса на специальные виды туризма или туризм специальных интересов (Special Interest Tourism) является одним из основных трендов развития современной туристской индустрии. Постоянный рост этого сегмента во многом объясняется тем, что в наши дни выбор дестинации все чаще определяется частными потребностями и интересами путешественников. Путешествия с традиционными целями - оздоровительными или познавательными - уже не удовлетворяют потребности современного человека. Желание посетить новые места и получить аутентичный продукт становится частью мотивации современных туристов. Люди в XXI в. хотят выйти за рамки обыденного, испытать нечто экстраординарное. Наступила эпоха «впечатлений и ощущений», популярность приобретают различные экстремальные и нетрадиционные виды туризма. Для туристского рынка это означает расцвет специальных видов туризма: приключенческого, экстремального, мрачного (черного), туризма катастроф (стихийных бедствий), что увеличивает экономическую значимость этого сектора экономики.

В настоящее время нет обобщающих исследований об экономической значимости туризма специальных интересов в целом, что довольно сложно осуществить по ряду причин. Во-первых, ввиду большого количества различных его разновидностей, многие из которых появились буквально недавно и только стали объектом исследования. Во-вторых, по причине отсутствия необходимой статистической базы для систематического экономического анализа этого феномена. Однако по отдельным видам туризма определенная информация уже есть. Ряд осуществленных исследований свидетельствует о растущей экономической значимости гастрономического туризма. По оценкам специалистов в ряде стран в доходах от туризма «вес» гастрономического туризма достигает 30% и более

Туризм специальных интересов (Special Interest Tourism) в целом и отдельные его разновидности все чаще становятся объектом исследования в зарубежной и отечественной литературе. Вместе с тем до настоящего времени остается нерешенным целый ряд проблем методологического характера.

Прежде всего, речь идет об определении самого понятия «туризм специальных интересов» (Special Interest Tourism), которое характерно в большей степени для зарубежных исследований. В то время как в отечественной литературе чаще применяется понятие «специальные виды туризма». По всей видимости, их можно рассматривать почти как тождественные.

Одним из первых применил это понятие S.E. Read в 1980 г., который использовал тогда словосочетание «путешествие специальных интересов» (special interest travel). Он понимал под этим поездки с определенными целями в конкретные регионы или дестинации. Наряду с понятием «туризм специальных интересов» используется также понятие «альтернативный туризм» (Alternative tourism), подчеркивающее его отличие от массового туризма

Кроме того, встречается еще и понятие «Adjectival Tourism», которое охватывает многочисленные нишевые или особые разновидности туризма, связанные с более широкими категориями (например, культурный туризм), или входят в уникальную группу (например, медицинский туризм). Таким образом, можно данное понятие трактовать как узкоцелевой туризм. Соответственно «Adjectival tourists» можно рассматривать как класс туристов, предпринимая путешествие с определенной целью, обусловленной специфическими потребностями этой группы потребителей.

В самом общем виде «туризм специальных интересов» - это вид туризма, включающий путешествия потребителей, у которых выбор отдыха определяется особой мотивацией, а уровень удовлетворенности определяется полученными в результате путешествия впечатлениями

В любом случае именно особая цель путешествия является основным мотивирующим фактором наряду с отдыхом, формируя ядро туризма специальных интересов. Такая цель может быть связана с необычным хобби путешественника или видами деятельности, которые практикуются небольшим кругом людей, а также определенными дестинациями, которые привлекают сегменты нишевых рынков.

Кроме этого в зарубежной и отечественной литературе называются и другие признаки туризма специальных интересов. Например, в зарубежных источниках отмечается, что туризм специальных интересов может быть сфокусирован на доставке с обслуживанием конкретных демографических групп, имеющих общие интересы (пенсионеры, домохозяйки, семьи). Иногда подчеркивается, что турист получает удовольствие от таких форм активности, которые не связаны с повседневной жизнью

Другие характерные признаки туризма специальных интересов:

субъектами являются одиночки, семьи или друзья;

последние тренды;

фокус на впечатления;

тщательная подготовка и изучение места путешествия, желание сохранить впечатления (знания, фотографии, живопись, изучение местных языков).

Важным признаком «туризма специальных интересов» является небольшое количество «преданных» путешественников.

В отечественных работах, посвященных туризму специальных интересов, также акцентируют внимание на следующих признаках: малочисленность, трудоемкость по созданию конечного турпродукта, капиталоемкость, синтетический подход к формированию туров, новые виды туризма с использованием нетрадиционных источников финансирования

Туристские продукты в данном случае отличаются средствами обеспечения, организацией и вовлеченными человеческими ресурсами. Это могут быть и индивидуально запланированные путешествия для того, чтобы приобрести и испытать знание из первых рук о местной культуре и окружающей среде, и групповые туры. Обычно такие туры ориентированы на уединенные территории, осуществляются не на пике сезона, могут включать самостоятельное управление своими перелетами и размещением.

Другая методологическая проблема связана с классификацией видов туризма специальных интересов. В этом отношении нет однозначного мнения ни о количестве этих разновидностей, ни о том, какие разновидности могут вообще быть включены в эту группу.

К туризму специальных интересов разные авторы относят фотографический туризм, геологический, молодежный, мрачный, генеалогический, гастрономический, транспортный, сельский, экологический, деловой, эзотерический и религиозный, алкогольный, этнографический, музыкальный, образовательный, лечебно-оздоровительный и круизный туризм

По мнению одного из немногих отечественных специалистов по туризму специальных интересов А.В. Бабкина, к специальным видам туризма относятся: религиозный, деловой, лечебно-оздоровительный, экологический, событийный, горнолыжный, экстремальный, круизный

Во многих случаях эти виды туризма взаимосвязаны. Например, велосипедное путешествие может осуществляться с целью посещения сельской местности, оздоровительными или гастрономическими целями. Поэтому сложно достаточно четко классифицировать туризм специальных интересов. Еще один аспект этой проблемы заключается в том, что перечень специальных видов туризма постоянно расширяется. Наиболее часто к туризму специальных интересов все же относят именно узкоспециализированные и немассовые виды.

Еще одна нерешенная проблема связана с определением понятий уже конкретных разновидностей туризма специальных интересов. Ниже рассмотрим некоторые из них.

«Атомный туризм» (Atomic tourism) - это сравнительно новая разновидность туризма, в процессе которого визитеры, путешествуя по таким объектам эпохи, как музеи атомного оружия, средств его транспортировки и доставки в места применения, местам ядерных катастроф, знакомятся с историей атомного века. Целью осмотра заброшенных населенных пунктов, зон отчуждения является желание проникнуться чувством катастрофы, понять, как будет выглядеть возможный апокалипсис. «Атомные» туристы делают многочисленные фотографии картин разрухи, наступления природы и получают от этого удовлетворение. После страшной аварии на японском ядерном реакторе на АЭС «Фукусима-1» во всем мире повысился интерес к атомным объектам, а туристы стали активно ездить на бывшие и ныне действующие электростанции. Главные дестинации атомного туризма расположены в странах, первыми освоившими применение атома в военных и мирных целях: России, США, Великобритания. В настоящее время в целом ряде стран объекты атомной энергетики становятся доступными для посещения туристов.

В последние десятилетия довольно быстрыми темпами развивается гастрономический туризм. Все чаще туристы путешествуют с целью изучения местной кулинарии. Пища рассматривается как отражение культуры страны и ее народа и, соответственно, как дополнительное средство привлечения внимания к дестинации. Несмотря на уже достаточно большое количество исследований, посвященных изучению этого явления, до сих пор нет однозначного определения понятия «гастрономический туризм» (gastronomic tourism). Наряду с этим понятием в зарубежной литературе используется также «пищевой туризм» (food tourism), «кулинарный туризм» (culinary tourism), «туризм гурманов» (gourmet tourism)

В самом общем виде под гастрономическим туризмом понимается посещение дестинаций, в которых местная пища и напитки являются главными мотивирующими факторами для путешествия. Согласно определению Всемирной ассоциации продовольственных путешествий (World Food Travel Association) гастрономический (кулинарный) туризм представляет собой получение уникальных и запоминающихся впечатлений от еды и напитков

Гастрономический туризм - вид туризма, основной целью которого является именно знакомство с кухней той или иной страны. Наиболее популярными направлениями гастрономического туризма являются Италия, Таиланд, Франция, Греция, Австралия, Китай. Однако в настоящее время практически все страны, развивающие въездной туризм, стремятся в качестве уникального торгового предложения использовать местную традиционную кухню.

«Алкогольный» туризм. Под алкогольным туризмом понимается путешествие, когда одним из главных мотивирующих факторов выбора дестинации является знакомство и употребление алкогольных напитков. В настоящее время можно выделить несколько разновидностей алкогольного туризма в зависимости от категории (типа) напитка, среди которых наиболее распространенными являются винный и пивной туризм.

«Винный» туризм (Enotourism, Wine tourism, Vinitourism) - это путешествие, главной целью которого является дегустация, потребление, покупка вина непосредственно на винодельне. Безусловно, винный туризм тесно связан с гастрономическим, сельским и культурным туризмом, а иногда рассматривается как одна из их форм. В Старом Свете основные дестинации винного туризма сосредоточены в ведущих странах-производителях вина: Франции, Италии, Испании, Германии.

«Пивной» туризм как разновидность алкогольного и гастрономического туризма представляет собой путешествие с целью знакомства с культурой пивоварения и его употребления. Основной целью «пивных» туристов является именно употребление пива на месте его производства в сочетании с традиционной кулинарией. Пивной туризм распространен в странах, известных своими традициями пивоварения. Наиболее известные дестинации пивного туризма расположены в Германии, Чехии, Бельгии, Великобритании, Ирландии.

В настоящее время быстро растет популярность «приключенческого туризма» (Adventure travel). Существуют разные подходы к определению понятия «приключенческий туризм». В англоязычной литературе данный вид туризма рассматривается как путешествие в отдаленные экзотические и, возможно, опасные территории. Важными мотивирующими факторами для туристов является получение впечатлений от своеобразного культурного шока или в результате активности путешественников, которая требует значительных душевных и физических усилий и связана с определенной степенью риска (реального или предполагаемого). Согласно определению Adventure Travel Trade Association (США) приключенческим туризмом может быть любой вид туристской деятельности, в котором присутствуют как минимум два из трех составляющих: физическая активность, культурный обмен или взаимодействие, природа.

Приключенческий туризм включает ряд разновидностей:

- катастрофический туризм (Disaster tourism);
- гетто-туризм (Ghetto tourism);
- этнический туризм (Ethno tourism);
- джунгли-туризм (Jungle tourism);
- сухопутные путешествия (overlanding).

Кроме того, приключенческий туризм обычно связывают с такими видами активного отдыха, как альпинизм, треккинг, банджи-джампинг, катание на горных велосипедах, рафтинг, полеты на парашюте, скалолазание и др. Основные дестинации для данного вида туризма расположены в Мексике, Центральной и Южной Америке, а также на территории тропических лесов в Африке, Австралии и в Новой Зеландии.

«Мрачный туризм» (Dark tourism) представляет собой путешествие в места, обычно ассоциирующиеся со смертью, печалью или страданием. Мрачный туризм подразумевает посещение кладбищ и захоронений, поездки в места катастроф (экологических или техногенных), стихийных бедствий и массовой гибели людей. Мрачный или черный туризм имеет несколько разновидностей: кладбищенский или некропольный туризм, темный туризм или смертельный, туризм привидений или мистический туризм, туризм катастроф (катастрофический туризм)

«Экстремальный туризм» (Extreme tourism) в самом общем виде представляет собой один из видов туристического отдыха, в той или иной степени связанный с риском. Также иногда его называют «шоковым туризмом» (shock tourism). Существуют разные подходы к определению понятия «экстремальный туризм». В некоторых отечественных источниках этот вид туризма определяется достаточно узко. Под экстремальным туризмом в этом случае понимается отказ от новейших электронных и механических приспособлений, помогающих выжить. Сами приверженцы такого отдыха или стиля путешествий называются выживальщиками. Выживальщик берет с собой только самые необходимые вещи: компас, нож, флягу, спички или кремь, аптечку. Выживальщику следует знать: о свойствах растений, грибов, особенностях поведения животных в местности, на которой он и будет заниматься экстремальным туризмом.

В зарубежной литературе это понятие трактуется более широко и рассматривается как нишевый вид туризма, суть которого заключается в путешествии в опасные места (горы, джунгли, пустыни, пещеры, каньоны) или принятие участия в опасных событиях. Данный вид туризма тесно связан с экстремальными видами спорта и требует специальной подготовки.

В настоящее время экстремальный туризм является быстрорастущим бизнесом в странах СНГ (Россия, Украина, Азербайджан) и Южной Америки (Перу, Чили, Аргентина). Популярностью среди любителей экстремального туризма пользуются горные районы Северного Пакистана. Самыми известными аттракционами и местами экстремального туризма в мире считаются:

Чернобыль (Украина);

плавание в Дьявольском бассейне (Devil's Pool) на водопаде Виктория на границе Замбии и Зимбабве;

подъем пешком на гору Хуашань (Huashan) высотой более двух тысяч метров (Китай);

Дорога смерти (Death Road Tour) в Боливии;

Bungee Jumping в действующий вулкан (Чили);

плавание с акулами (Флорида, США);

скалолазание на Монблане (на границе Франции и Италии);

наблюдение действующих вулканов (Филиппины);

полет на вертолете над кратерами действующего вулкана (Гавайи, США).

Среди направлений экстремального туризма особо следует выделить Новую Зеландию, где вызывающие массу эмоций экстремальные развлечения получили широкое распространение.

«Суицидальный или эвтаназийный туризм» (euthanasia tourism) - разновидность туризма, связанного с движением в поддержку эвтаназии, в рамках которого для потенциальных кандидатов организуются поездки в те страны, где допускается эвтаназия, в надежде на декриминализацию этой практики в других частях мира. Эвтаназия не запрещена законом в Голландии, Люксембурге, Бельгии, американском штате Орегон и в Швейцарии, где условия для добровольного ухода из жизни считаются самыми либеральными.

«Сексуальный туризм» (Sex tourism) согласно определению UNWTO - это путешествие, организованное как в рамках туристского сектора, так и за его пределами, но с использованием его структуры и сетей с преимущественной целью удовлетворения сексуальных потребностей на коммерческой основе с резидентами дестинации. Привлекательными для секс-туристов могут быть низкие цены в стране дестинации на услуги как легальных, так и незаконных форм проституции. Основные дестинации секс-туризма: Бразилия, Коста-Рика, Куба, Доминиканская Республика, Кения, Нидерланды, Филиппины, Колумбия, Таиланд.

В некоторых регионах это направление туристской индустрии в последнее десятилетие стало ведущим. Организация Объединенных Наций выступает против сексуального туризма, который имеет вредные социальные и культурные последствия для стран, как отправляющих туристов, так и принимающих. Особо осуждается эксплуатация гендерного, возрастного, социального и экономического неравенства в дестинации. Сексуальный туризм осуждается также международными организациями по защите прав человека, которые не без веских оснований утверждают, что этот вид туризма ведет к торговле людьми и детской проституции.

Безусловно, в рамках одной статьи невозможно рассмотреть даже наиболее известные разновидности туризма специальных интересов. В настоящее время их существует несколько десятков, а в некоторых перечнях фиксируется более сотни. Учитывая, что новые виды появляются постоянно, необходимо продолжить исследование этого феномена.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Внутренний туризм как приоритетное направление отрасли
2. Рынок MICE
3. Внутренний событийный туризм
4. Особенности туроперейтинга мега-событий в экономике впечатлений
5. Особенности формирования турпродукта в оздоровительном внутреннем туризме
6. Дестинации оздоровительного туризма

7. Диверсификация внутреннего турпродукта в устойчивом туризме
8. Овер-туризм
9. Осознанный спрос и экологичность внутреннего туризма

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА / Тема 2.2 Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о системе управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система управления внутренним туризмом в России в современных условиях	Вводная лекция Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия
2	Оценка эффективности развития туризма на разных уровнях управления региональной экономикой.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Продвижение регионального турпродукта на цифровом рынке	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

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. Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

Текст лекции.

Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации, проводимый Ростуризмом и независимыми российскими и иностранными экспертами, показывает, что в последние годы эта сфера динамично развивается. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах, а также увеличение числа гостиниц международных гостиничных цепей в Москве, Санкт-Петербурге и других крупнейших городах страны, создание отечественных гостиничных цепочек. Резко увеличился объем инвестиционных предложений по гостиничному строительству как со стороны

иностранцев, так и со стороны отечественных инвесторов. При этом основные предложения направлены на развитие гостиничного бизнеса в регионах России. В последние годы достигнуты определенные успехи в развитии курортно-туристского комплекса Краснодарского края, которые, в том числе, повлияли на выбор российского курорта Сочи столицей зимней Олимпиады — 2014. Благодаря этому получили всемирную известность не только Красная Поляна и Сочи, но и весь Краснодарский край, что обеспечивает долгосрочный деловой интерес к развитию туристской инфраструктуры данного региона и гарантию того, что через несколько лет Черноморское побережье России станет развитым курортным центром мирового уровня.

По данным Ростуризма, в настоящее время в России насчитывается более 6 тысяч гостиниц, тогда как в 2004 году их насчитывалось только 4 тысячи. С учетом количества иных средств размещения, таких как пансионаты, дома и базы отдыха, туристские базы и другие, общее количество средств размещения туристов в 2007 г. составило около 10 тысяч.

Однако наряду с очевидной положительной динамикой развития туризма последних лет, следует отметить отсутствие единой стратегии и планомерности развития туризма в России, что приводит к невысокой эффективности проводимых мероприятий, низкой окупаемости инвестиций во внутренний туризм и его низкой доходности. Можно сказать, что развитие туризма в России в настоящее время носит бессистемный характер, недостаточна координация управленческих усилий между уровнями управления и на одном управленческом уровне. А ведь именно системный подход к развитию туризма и координация усилий участников рынка и органов власти на всех уровнях управления могли бы дать отличный экономический эффект и привести к формированию и успешному функционированию высокоэффективного туристско-рекреационного комплекса, производящего конкурентоспособный туристский продукт.

Развитие туризма поможет в решении следующих задач социально-экономического развития России:

Результаты развития туризма в России в последние несколько лет демонстрируют, что широкие возможности туризма не должны быть предоставлены воле случая. Чтобы добиться от туристского сектора серьезного вклада в экономику страны, необходимо проводить целенаправленную политику в области развития туризма на государственном уровне. Причем государственное регулирование сферы туризма должно носить характер мягкого регулирования. Задача государства: определить стратегию развития, прописать правила игры и основополагающие принципы управления туризмом на всех уровнях, содействовать созданию механизма координации усилий участников туристского рынка и органов власти для достижения поставленных целей.

Сегодня наша страна нуждается в новом видении сферы туризма и в выработке стратегии партнерства государственного и частного сектора на всех уровнях управления: между федеральными и местными органами власти, между правительством и туристской индустрией, учебными заведениями и другими участниками рынка.

Создание механизма эффективного взаимодействия между ведущими участниками процесса развития туризма, между уровнями управления, государственным и частным секторами, а также эффективное управление развитием туризма позволят России добиться высоких результатов развития сферы туризма путем максимизации преимуществ и планомерного решения существующих задач. Если наглядно представить эффективное функционирование сферы туризма, от микро- до макро-экономического уровня внутри страны и до международного уровня, то получится несколько вписанных друг в друга сфер с множеством горизонтальных связей между всеми уровнями системы и участниками рынка.

Пышение уровня социальноэкономического развития региона требует оценки влияния туризма на региональное развитие, формирование новых экономически эффективных организационных форм и моделей управления. Формирование методологического подхода к повышению уровня социальноэкономического развития региона на основе туризма исходит из авторской гипотезы о том, что решение этой задачи требует внедрения моделей, механизмов и

форм, которые бы позволили обеспечить скоординированное развитие туристских дестинаций на основных уровнях управления: – региональном (целенаправленные усилия органов региональной власти, объединяющие ресурсы ее различных ответвлений и ведомств); – отраслевом (воздействие уполномоченных государственных органов (в лице ведомств, ответственных за развитие рекреации и туризма) и негосударственных отраслевых институциональных структур, объединяющих участников региональной туристской системы); – туристских организаций (управленческие усилия коммерческих организаций, обеспечивающих непосредственное предоставление туристских услуг). В явном и неявном виде, осознанно и интуитивно ученые так или иначе затрагивали идею управления региональным развитием на скоординированной основе. Тем не менее так и не разработана цельная методология решения этой задачи. Взгляды на данную проблему интересно рассмотреть в хронологии, во взаимосвязи с вопросами развития государственного регулирования и поддержки туристскорекреационных систем. Организационные механизмы координации, проявляющиеся в изменении структуры управления туризмом, дополнении ее новыми организационными формами, являются одним из наиболее популярных

Функции институтов в обеспечении скоординированного развития туризма:

1. Социальные институты
 - Участие в законотворчестве
 - Продвижение туристского продукта
 - Защита интересов участников сферы туризма
 - Взаимодействие с организациями по вопросам представления интересов отрасли туризма
 - Информационно-консультационное и методическое сопровождение организаций сферы туризма
2. Институты государственного управления
 - Другие координирующие функции
 - Участие в развитии инфраструктуры туризма и рекреации
 - Участие в разработке и реализации государственных программ
 - Межведомственная координация вопросов развития сферы туризма
 - Участие в законотворчестве
 - Координация распределения финансовых ресурсов для развития сферы туризма
 - Координация вопросов продвижения и маркетинга туристского продукта в регионе
 - Координация вопросов привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры туризма и рекреации
 - Организация взаимодействия с туристскими компаниями
 - Координация научного и образовательного обеспечения в туристской и рекреационной сферах
 - Другие координирующие функции методических подходов к обеспечению координации развития сферы туризма

Приведенные функции координации, хотя и заявляются в уставных и иных официальных документах социальных институтов и институтов государственного управления в сфере туризма, в практической деятельности выполняются не всегда, что также приводит к рассогласованности развития туризма и состояния социально-экономической системы региона.

Взаимодействие с аудиторией. Вопросы к обсуждению:

1. Программно-целевой метод развития и управления внутренним туризмом
2. Туризм как отрасль региональной экономики

3. Реализация проектов в сфере внутреннего туризма посредством государственно-частного партнерства
4. Планирование и оценка эффективности продвижения внутреннего турпродукта
5. Управление развитием внутреннего туризма на основе проектного подхода
6. Моделирование развития внутреннего туризма в дестинации
7. Опыт продвижения туристской дестинации в цифровой экономике
8. Цифровой опыт.
9. Цифровой туристско-информационный центр

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ /

Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о состоянии и тенденциях развития въездного туризма в России

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Значение въездного туризма. Демографические и социально-экономические факторы роста туристических путешествий.	Вводная лекция Информационная лекция
2	Доля России в общем объеме мирового туризма. Основные потоки иностранных туристов в Россию.	Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Условия для развития въездного туризма. Состав современной материально-технической базы въездного туризма.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

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. Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России

Текст лекции.

Сегодня мы воспринимаем туризм как самый массовый феномен XX столетия, как одно из самых ярких явлений нашего времени, которое реально проникает во все сферы нашей жизни и изменяет окружающий мир и ландшафт. Туризм стал одним из важнейших факторов экономики, поэтому мы рассматриваем его не просто как поездку или отдых. Это понятие

намного шире и представляет собой совокупность отношений и единство связей и явлений, которые сопровождают человека в путешествиях. Туризм по праву считается одним из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся секторов экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты, оказывающим влияние на платежный баланс страны. Развитие международного въездного туризма, способного превратится не только в мощный источник валютных поступлений в экономическую систему страны, фактор стабилизации региональных рынков труда, но и в инструмент включения в общемировые процессы, в Российской Федерации в настоящее время официально признано стратегическим приоритетом. Помимо влияния на экономику многих стран, международный туризм воздействует на их социальную, культурную и экологическую среду. Поэтому неслучайно, что интерес к этой деятельности возрастает с каждым годом, вовлекая в нее практически все страны мира, в том числе и Россию. С каждым годом туристический рынок становится все более устойчивым и равновесным, формы сотрудничества туроператоров с поставщиками туристических услуг – все более разнообразными и совершенными, ассортимент предложений на рынке – широким и дифференцированным. Также растет и уровень профессионализма работников туристической сферы, что вызвано как необходимостью выживания в конкурентной борьбе, так и ростом популярности получения специального образования. Оценка положительного воздействия въездного туризма во многом очевидна, поскольку растущие прибытия иностранных граждан в регион, несомненно, вызывают позитивные экономические явления, связанные с ростом производства национального туристического продукта, привлечением личных сбережений иностранных туристов (обычно в валюте), созданием активного потребительского рынка в туристическом центре и ростом инвестиционной привлекательности местной туристической индустрии. Для России развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д. Потенциал российского въездного туризма объясняется, во-первых, наличием у нашей страны многочисленных туристических ресурсов, которые благодаря своей уникальности, экзотичности, доступности чрезвычайно востребованы среди потенциальных иностранных туристов. Во-вторых, проявляемый иностранными средствами массовой информации и простыми обывателями интерес к России и происходящим к ней событиям упрощают продвижение национального туристического продукта России на мировом туристическом рынке, обеспечивая известность национальных туристических центров и объектов туристического показа. В-третьих, культура российских народов, благодаря мировой известности их наиболее ярких представителей, историческим триумфам и, не в последнюю очередь, многочисленным мигрантам, проживающим в настоящее время во многих странах мира, популярна практически повсеместно. Наконец, в четвертых, формирование конкурентоспособного российского туристического продукта вполне возможно благодаря сравнительно высокой квалификации рабочей силы. Анализ современного состояния туризма в Российской Федерации показывает, что в последние годы эта сфера в целом развивается стабильно и динамично. Отмечается ежегодный рост внутреннего туристского потока. Быстро растущий спрос на туристские услуги внутри страны вызвал бум строительства малых гостиниц, в основном, в курортных регионах. Резко увеличился объем инвестиционных предложений по гостиничному

строительству как со стороны иностранных, так и со стороны отечественных инвесторов. С учетом количества иных средств размещения, таких как пансионаты, дома и базы отдыха, туристские базы и другие, общее количество средств размещения туристов составляет около 10 тысяч. Численность российских граждан, проживавших в 2006 году в гостиницах, санаторно-курортных организациях и организациях отдыха, составила 26,6 млн. человек, из них в гостиницах - 16,4 млн. человек туризму и путешествиям, доходы от туризма в 2007 году в ВВП нашей страны с учетом мультипликативного эффекта составили 6,7%. Согласно данным того же источника, число рабочих мест в туризме составило 1% от общей занятости, с учетом смежных отраслей - 5,7%, инвестиции в основной капитал в туристскую индустрию России составляют 12,1% от общих инвестиций при годовом росте в 8,2%. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д. В России достаточно регионов, которые обладают высоким потенциалом для развития туризма. Однако, несмотря на положительные сдвиги России в развитии въездного туризма, существует ряд проблем, среди которых: острый недостаток качественной гостиничной инфраструктуры; для многих регионов существует проблема транспортной доступности туристических центров; низкий уровень бюджетных расходов на отрасль ограничивает продвижение туристических возможностей России в целом и ее регионов на мировом рынке; существует высокий дефицит квалифицированного персонала, способного предложить качественное обслуживание туриста; не создано эффективное законодательство для привлечения частных инвестиций в отрасль; во многих регионах не создана предпринимательская среда, которая необходима для развития туристической отрасли; в России наиболее строгий среди стран, ориентированных на развитие туризма, визовый режим; высокая стоимость туристических услуг (проживание в гостиницах, питание, транспорт и др.); недостаточная государственная некоммерческая реклама туристских возможностей страны на зарубежных направляющих и на внутреннем рынках и др. Очевидным является и то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха на территории России российских и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма. Одной из актуальных проблем является проблема транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития туризма в России. Это относится к авиа-, железнодорожному, водному и автосообщению, строительству автомобильных дорог. Также в России существует проблема недостаточного развития туристической территории. Государство оказывает поддержку развитию туристской инфраструктуры в основном в рамках Федеральной целевой программы «Юг России». Так, за период 2006-2007 гг. в рамках ФЦП «Юг России» в регионах Южного Федерального округа были пущены в эксплуатацию две канатные дороги: на Домбае – Карачаево-Черкесская Республика и на Эльбрусе – Кабардино-Балкарская Республика. Введена в строй первая очередь подъездных дорог на горнолыжный курорт Лаго-Наки – Республика Адыгея. Пуск в 2007 году в эксплуатацию перечисленных объектов позволил увеличить поток туристов на Домбай с 70 до 90 тыс. человек и привлечь на строительство 51 малого гостиничного комплекса свыше 500 млн. рублей частных инвестиций. Таким образом, туризм – одна из наиболее перспективных отраслей мировой экономики, потенциал которой в России сильно недоиспользован. Туризм, являясь выгодной отраслью экономики, может стать при соответствующих условиях важнейшей статьей валового национального дохода России. Для достижения положительного баланса между ввозимыми в страну деньгами (въездной туризм) и вывозимыми из страны (выездной туризм) необходимо всячески поддерживать и развивать внутренний туризм с тем, чтобы деньги

тратились внутри страны, а не за ее пределами. Хорошо спланированная политика национального туризма приводит в конечном итоге к выгоде для страны. Если развитие туризма планируется недостаточно профессионально, может случиться так, что страна будет вкладывать в туризм больше, чем получать от него.

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ / Тема

3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма - Тема лекционного занятия.

3. Цели занятия.

- сформировать знания о системе управления въездным туризмом в экономике впечатлений

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Средства пассажирских перевозок. Основные проблемы перевозки иностранных туристов.	Вводная лекция Информационная лекция
2	Туристские принимающие фирмы в России. Требования, предъявляемые к принимающей турфирме.	Лекция-дискуссия Лекция с применением обратной связи
3	Материально-техническая база турфирмы. Основные функциональные направления деятельности принимающей турфирмы: работа на зарубежном рынке, работа на российском рынке, организация и контроль финансовых потоков.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

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. Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма

Текст лекции.

Цели и задачи маркетинга должны совпадать с главной целью предпринимательства, которую мы определяем как прием и обслуживание иностранных туристов в РФ. Следует отметить, что иностранный туризм является слишком заманчивой сферой предпринимательской деятельности, привлекающей нередко структуры, не имевшие с ней ранее ничего общего. В

результате их непрофессиональной деятельности иностранному туризму в РФ в целом наносился и наносится определенный вред.

Приемом и обслуживанием иностранных туристов в РФ, как и в других странах, должны заниматься турфирмы, специализирующиеся на этих операциях. Они называются принимающими или рецептивными турфирмами (сокращенно — фирмы-рецептивы). В российском законодательстве в отношении этих фирм используется термин «туроператор по приему». Характер их деятельности, функциональная и организационная структуры сильно отличаются от фирм, занимающихся направлением российских туристов за границу и называемых туроператорами по направлению. Турфирма является одной из многочисленных форм среднего и малого бизнеса, который в соответствии с принятыми в нашей стране законодательными актами должен пользоваться поддержкой со стороны государства. Необходимо также добавить, что создание и деятельность турфирмы не связаны с большими инвестициями или капитальными вложениями. Очевидно, по этим причинам мы наблюдаем процессы создания многочисленных туристских фирм в РФ. По данным за 2000 г., в РФ насчитывалось более 10 тыс. официально зарегистрированных турфирм, однако только около 30 из них реально занимались приемом иностранных туристов в РФ. Действительно, для того чтобы турфирма-рецептив могла успешно осуществлять свою основную деятельность, т. е. принимать и обслуживать иностранных туристов в РФ, она должна соответствовать следующим требованиям:

обладать необходимой информацией о конъюнктуре зарубежных туристских рынков, состоянии действительного и потенциального спроса на турпоездки в РФ;

уметь правильно выбрать зарубежный рынок для продвижения российского турпродукта, сориентироваться на конкретный туристский спрос, оценить его количественные и качественные характеристики;

иметь данные о туристских ресурсах РФ, а именно природно-климатических, этнографических, исторических, культурных и других туристских достопримечательностях, маршрутах и условиях путешествия;

владеть полной информацией о материально-технической базе иностранного туризма в РФ (гостиницах и других средствах размещения, предприятиях питания, транспорте, экскурсбюро);

иметь устойчивые деловые связи с российскими предприятиями туристской индустрии, опыт организации на высоком уровне приема и обслуживания иностранных туристов в РФ;

иметь возможность активного продвижения российского турпродукта на зарубежных рынках посредством современных средств рекламы и информации;

иметь эффективную партнерскую сеть за границей из числа иностранных фирм-туроператоров, способных полностью реализовать предлагаемый российской стороной турпродукт;

знать и полностью соблюдать законодательство и нормативные акты РФ в области иностранного туризма, иметь необходимые связи с государственными и муниципальными учреждениями, контролирующими и регулируемыми отрасль иностранного туризма в РФ;

иметь право визовой поддержки зарубежных турфирм, обращающихся в консульские учреждения РФ за границей для получения российских въездных виз иностранными туристами, направляющимися в РФ. Право визовой поддержки (референс) выдается консульской службой Министерства иностранных дел Российской Федерации в соответствии с установленными правилами.

Мы не говорим здесь о других требованиях, которые предъявляются к созданию и деятельности любого вида предпринимательства в РФ и, в частности, турфирмы. Это не входит в круг вопросов, относящихся к маркетингу. Однако следует подчеркнуть, что иностранные турфирмы очень требовательны в выборе своих партнеров в РФ. Это объясняется тем, что они доверяют российским турфирмам обслуживание своих клиентов. Любые недостатки, допущенные российскими принимающими фирмами в обслуживании иностранных туристов, в конечном счете, снижают авторитет, престиж иностранной фирмы в

глазах ее клиентов, чего она не может допустить. Поэтому иностранные фирмы-туроператоры при выборе российских партнеров требуют от них гарантий надежности, профессионализма, масштабности операций. При этом учитываются такие характеристики и требования, как организационно-правовая форма, размер уставного капитала, содержание учредительных документов, наличие страхового фонда, лицензии, сертификата качества, банковского счета. Определенное значение имеет членство российской турфирмы в национальных и международных туристских ассоциациях и организациях, аккредитация со стороны авиакомпаний. Учитываются также и такие данные, как год создания фирмы, наличие ликвидных ценностей, объем и характер ее операций, состояние офиса и его оснащение современной техникой, численность и квалификация персонала туристской фирмы.

В зависимости от объема и характера операций по приему иностранных туристов и формы собственности организационная структура рецептивной фирмы может быть различной. Например, на индивидуально-частном предприятии все операции без разделения труда могут быть сосредоточены в руках двух-трех человек, а структура крупного акционерного общества или унитарного предприятия очень часто включает различные отделы, подотделы, сектора и т.п. Однако, вне зависимости от организационной структуры, любая рецептивная турфирма выполняет одинаковые функции и поэтому имеет почти стандартную функциональную структуру. Таким образом, в функциональной структуре рецептивной туристской фирмы мы можем выделить три основных направления деятельности.

1. Разработка и продвижение российского турпродукта на зарубежном рынке. Основным содержанием этой работы является выбор рынка и изучение спроса, планирование турпродукта в соответствии с выявленным спросом и материальными возможностями российской турфирмы, согласование конкретных условий туров с иностранными фирмами-туроператорами и заключение с ними контракта на продажу этих туров иностранным туристам, контроль за ходом выполнения контракта иностранными партнерами.

2. Установление договорных отношений с российскими предприятиями — исполнителями туруслуг (гостиницами, предприятиями питания, транспорта, экскурсбюро и др.), получение от них подтверждения на бронирование необходимых услуг, передача им полной информации о количестве, сроках прибытия иностранных туристов в Российской Федерации, контроль за качеством предоставляемых услуг и соблюдением всех согласованных условий обслуживания.

3. Бухгалтерский учет, отчетность и кассовые операции по расчетам с иностранными туристскими фирмами, российскими предприятиями, обслуживающими иностранных туристов, и внутренним расчетам.

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

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИИ

2. РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма

- Цели занятия.
- сформировать знание об основах управленческие аспекты экономики впечатлений.
- изучить теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.	Управленческие аспекты экономики впечатлений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2.	Теоретические положения экономики впечатлений в сфере внутреннего туризма	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3.	Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений	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)

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ теоретико-методологической базы, касающейся экономики впечатлений.
2. Изучение а анализ эволюции концептов Experience Economy
3. Анализ эволюции экономических трендов от ориентации на услуги к ориентации на ощущения, впечатления.
4. Изучение и анализ трендов в системе глобального туризма.
5. Поиск принципиальных отличий традиционного маркетинга от маркетинга взаимодействий.

6. Анализ и характеристика потенциала экономики впечатлений
7. Технологии анализа качества ощущений в туризме.
8. Глобализация рынка и туризм как мир ощущений.
9. Новые тренды туризма

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений

- Цели занятия.
- сформировать знание о проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений
- изучить методику оценки сервисной среды в экскурсионном бизнесе всфере внутреннего туризма.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1.1.	Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе всфере внутреннего туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.2.	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
1.3	Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики впечатлений.	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)

Вопросы к обсуждению:

1. Современная сфера услуг: характеристики, анализ трендов
2. Изучение основных терминов по теме «Инсценирование в туризме».
3. Изучение аспектов инсценирования.
4. Изучение инструментов инсценирования.
5. Изучение опыта инсценирования в туризме на основе международной практики: города, страны, туристские центры.
6. Инструменты инсценирования в деталях
7. Анализ выбранной страны с позиции развития туризма впечатлений.
8. Анализ особенностей менеджмента впечатлений в выбранной стране.
9. Анализ опыта инсценирования в выбранной стране

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем к обсуждению раздела 1:

1. Построить систему персонализации внутреннего туристско-экскурсионный продукта на примере региона.
2. Описать технологии/уровни персонализации внутреннего туристско-экскурсионного продукта на примере региона.
3. Проанализировать основные показатели, характеризующие деятельность туристской отрасли как составной части экономики региона
4. Провести мониторинг сервиса в туроператора / турагента / экскурсионного бюро / ТИЦа?
5. Проанализировать основные факторы потребления экскурсионных услуг, на основе которых строится туризм впечатлений.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: Форма рубежного контроля –

Контрольная работа

Примерный перечень тем контрольных работ

1. Методы получения уникального опыта и впечатления при потреблении туруслуг на внутреннем рынке
2. Востребованность впечатлений современным потребителем туруслуг.
3. Производство впечатлений на внутреннем рынке.
4. Перспективные направления производства впечатлений и опыта.
5. Персонализированный сервис как инструмент формирования экономики впечатлений
6. Персонализация тур продукта как основа коммерческого предложения впечатлений
7. Массовая персонализация турпродукта: понятие и технологии. Современные подходы массовой персонализации турпродукта.
8. Современные бизнес-модели экономики впечатлений
9. Процесс поиска и покупки как источник впечатления. Современные бизнес-модели, формирующие впечатление: Freemium, Long tail, Lock-In, Crowdfunding, Peer-to-Peer, Аукцион, Подписка и т.д.

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровождаемая бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на

ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

2. РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

- изучить общие положения организации и управления специальными видами внутреннего туризма в экономике впечатлений

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности организации туроперейтинга специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Продуктовые стратегии специальных видов внутреннего туризма в экономике впечатлений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Устойчивый туризм в сфере экономики впечатлений.	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)

Вопросы к обсуждению:

1. Внутренний туризм как приоритетное направление отрасли
2. Рынок МТСЕ
3. Внутренний событийный туризм
4. Особенности туроперейтинга мега-событий в экономике впечатлений
5. Особенности формирования турпродукта в оздоровительном внутреннем туризме
6. Дестинации оздоровительного туризма
7. Диверсификация внутреннего турпродукта в устойчивом туризме
8. Овер-туризм
9. Осознанный спрос и экологичность внутреннего туризма

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИИ

2. РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

- сформировать знания о системе управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Система управления внутренним туризмом в России в современных условиях	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Оценка эффективности развития туризма на разных уровнях управления региональной экономикой.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Продвижение регионального турпродукта на цифровом рынке	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)

Вопросы к обсуждению:

1. Программно-целевой метод развития и управления внутренним туризмом
2. Туризм как отрасль региональной экономики
3. Реализация проектов в сфере внутреннего туризма посредством государственно-частного партнерства
4. Планирование и оценка эффективности продвижения внутреннего турпродукта
5. Управление развитием внутреннего туризма на основе проектного подхода
6. Моделирование развития внутреннего туризма в дестинации
7. Опыт продвижения туристской дестинации в цифровой экономике
8. Цифровой опыт.
9. Цифровой туристско-информационный центр

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

Перечень тем для обсуждения:

Разработка проекта туроператорской деятельности (пакет туров по направлениям внутреннего туризма) в экономике впечатлений:

- Оздоровительный туризм
- Познавательный туризм
- Рекреационный туризм
- Приключенческий туризм
- Экологический туризм
- Интенсив-туризм
- Событийный туризм
- Религиозный туризм
- Сельский туризм
- Гастрономический туризм туризм
- Образовательный туризм
- Детский туризм
- Молодежный туризм
- Социальный туризм
- и др.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – контрольная работа

Примерный перечень тем контрольных работ

1. Система и методы управления экономикой впечатлений в сфере внутреннего туризма
2. Лидеры экономики впечатлений в сфере услуг внутреннего туризма.
3. Причины необходимости совершенствования методов управления экономикой впечатлений в сфере туруслуг.
4. Программируемые тур ресурсы впечатлений и управление ими
5. Трендовые инструменты экономики впечатлений
6. Проектирование впечатлений в турпродукте

Содержание контрольной работы:

Выбор проблемной ситуации «содержательной темы» осуществляется самим студентом и согласуется с преподавателем, организующим групповые занятия, после лекций, прослушанных студентами на потоке. Критерии выбора: актуальность, новизна, практическая значимость.

Требования к контрольной работе:

Контрольная работа должна быть грамотно и аккуратно оформлена, а также, напечатана на компьютере. На титульном листе каждой из них требуется указать изучаемый курс, тему контрольной работы, Ф.И.О. исполнителя (студента) и научного руководителя (преподавателя, ведущего семинарские занятия в группе), дату написания работы. Особое внимание в тексте необходимо уделить техническому и графическому оформлению единиц инструментария. Все листы каждой из контрольных работ должны быть пронумерованы (титульный лист не нумеруется, его номер пропускается) и сброшюрованы (прошиты).

Каждая контрольная работа, соответствующим образом оформленная и сопровождаемая бланками исследовательских документов, инструкциями по работе с ними, представляется на ведущую кафедру в течение текущего семестра, но не позднее, чем за десять дней до зачета по дисциплине.

Студенты, не выполнившие контрольную работу или получившие за нее неудовлетворительную оценку, к зачету не допускаются.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИИ

2. РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России

3. Цели занятия.

- сформировать знания о состоянии и тенденциях развития въездного туризма в России

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Значение въездного туризма. Демографические и социально-экономические факторы роста туристических путешествий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Доля России в общем объеме мирового туризма. Основные потоки иностранных туристов в Россию.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Условия для развития въездного туризма. Состав современной материально-технической базы въездного 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)

Вопросы к обсуждению:

1. Определение понятия и характеристика въездного туризма.
2. Основные цели поездок иностранных туристов в РФ.
3. Законы и постановления для развития въездного туризма в РФ.
4. Меры ускоренного развития въездного туризма в РФ.
5. Материально-техническая база туризма.
6. Средства размещения иностранных туристов.
7. Роль транспорта в развитии въездного туризма.
8. Деятельность и функции туроператора въездного туризма.
9. Схема продвижения российского туристического продукта.
10. Рыночный сегмент и сегментация рынка, их критерии.

1. Учебная дисциплина. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА И ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИИ

2. РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема практического (семинарского) занятия -

Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма

3. Цели занятия.

- сформировать знания о системе управления въездным туризмом в экономике впечатлений

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Средства пассажирских перевозок. Основные проблемы перевозки иностранных туристов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Туристские принимающие фирмы в России. Требования, предъявляемые к принимающей турфирме.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Материально-техническая база турфирмы. Основные функциональные направления деятельности принимающей турфирмы: работа на зарубежном рынке, работа на российском рынке, организация и контроль финансовых потоков.	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)

Вопросы к обсуждению:

1. Понятие сбытовой территории туристской фирмы.
2. Функции иностранного партнера российской турфирмы въездного туризма.
3. Работа турфирмы с иностранными партнерами.
4. Типология туристских маршрутов. Комплексное обслуживание и классы обслуживания.
5. Проектирование туристского продукта.
6. Формирование внешнеторговых цен на туристские услуги.
7. Условия расчетов с иностранными партнерами. Туристский ваучер.
8. Технологические процессы основной деятельности туроператора въездного туризма.
9. Организация продвижения российского турпродукта на зарубежных рынках.
10. Организация розничной продажи российского туристского продукта на зарубежных рынках.

ЗАДАНИЯ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: дискуссия

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

РАЗДЕЛ 1. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 1.1. Развитие экономики впечатлений и ее состав в сфере внутреннего туризма



* B. Joseph Pine II James H. Gilmore

"The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage"

Потребности туристов в области получения впечатлений

Тема 1.2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений

РАЗДЕЛ 2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА

**Тема 2.1. Организация и управление специальными видами внутреннего туризма
в экономике впечатлений**

Экономика впечатлений

Джозеф Пайн, Джеймс Гилмор

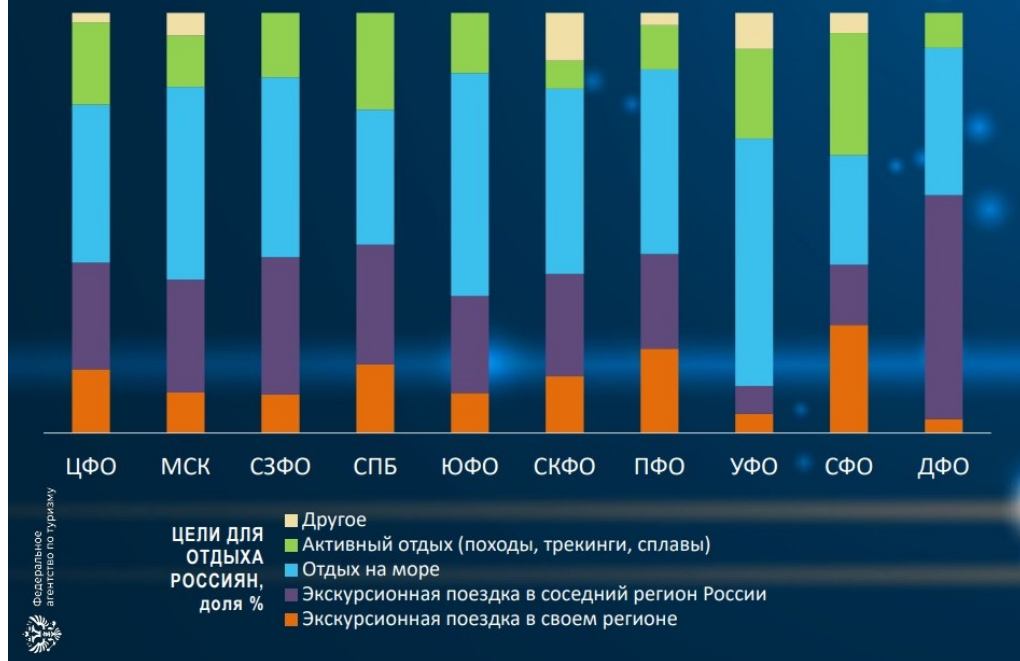
Ценовая конкуренция больше не приносит высокой прибыли.
Чтобы продукт имел высокую ценность, он должен представлять собой впечатление.



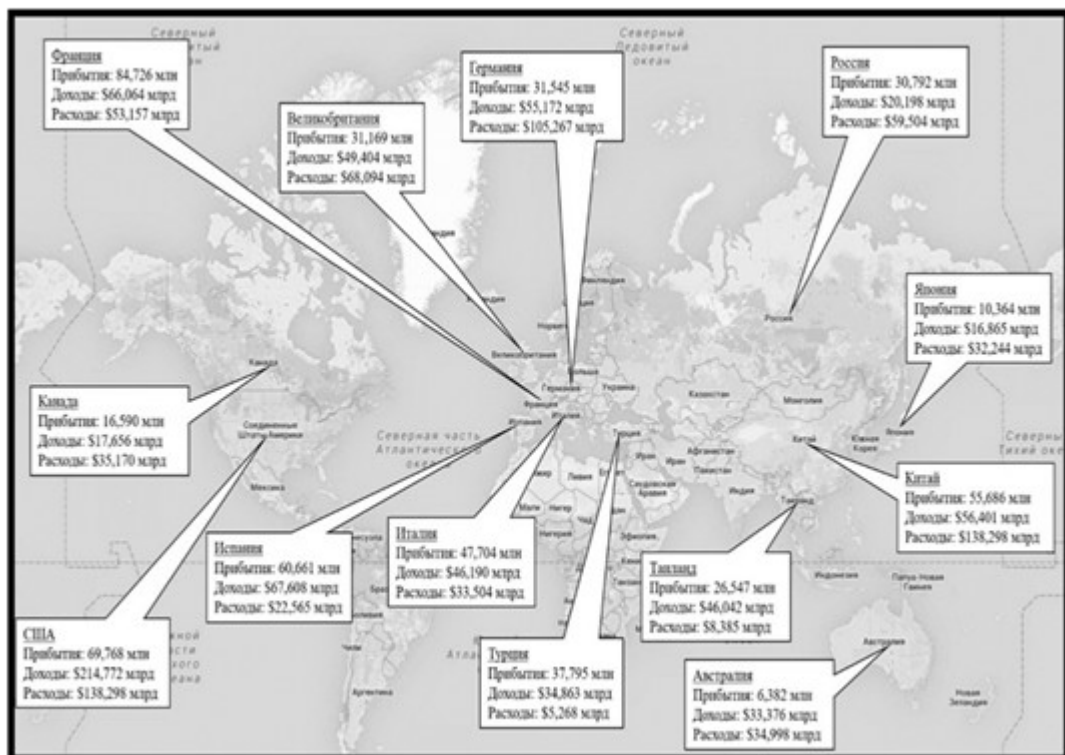
Формирование впечатления в сфере сервиса

Самым востребованным видом отдыха россиян остается отдых на море (57%), на втором месте – культурно-познавательные путешествия.

2022, НАФИ, Опрос граждан РФ



Востребованность культурно-познавательного внутреннего туризма



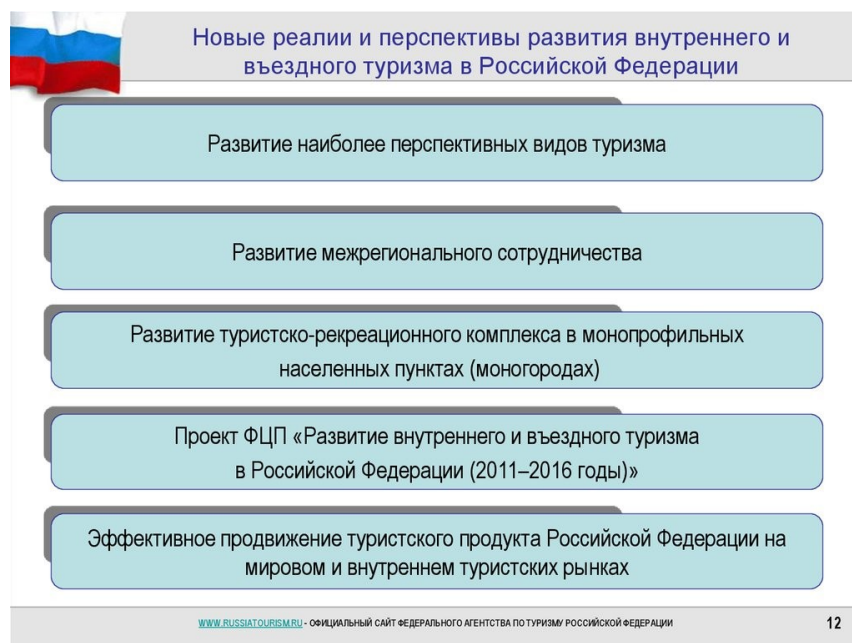
Гастрономический туризм как особый вид туризма и составляющая экономики впечатлений

Тема 2.2. Система управления внутренним туризмом в экономике впечатлений

Внутренний туризм как фактор социально-экономического развития региона

РАЗДЕЛ 3. РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Тема 3.1. Состояние и тенденции развития въездного туризма в России



Тема 3.2. Туристская принимающая фирма как субъект рынка въездного туризма

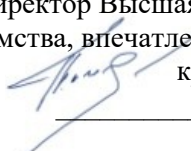


ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ 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 Высшая школа индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)

К.К. Поздняков
29 февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

**Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в
индустрии туризма и гостеприимства**

**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 г.

Методические материалы по дисциплине (модулю) «Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства» 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) «Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства» 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.....	16
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	25
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	25
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).....	41
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	41
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	47

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
Модуль 1	
РАЗДЕЛ 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве	
Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Значение повышения качества на макроуровне. Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством. Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.
Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством	Концепция постиндустриальной экономики. Этапы эволюции управления качеством. Различные подходы к содержанию понятия «качество». Основные понятия и определения в области качества. Качество услуг и качество обслуживания как объекты управления. Особенности гостиничных предприятий как объектов управления.
РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные	Понятие стандарта. Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации. Виды стандартов (классификация). Росстандарт: функции и задачи; история деятельности. Система мировых стандартов. Система национальных стандартов в РФ. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ. Региональные стандарты: цели и задачи. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации. Локальные стандарты гостиничных предприятий.

Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии	Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации. Международные стандарты в индустрии гостеприимства. Профессиональные стандарты в гостиницах. Стандарты гостиничных сетей.
РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания	
Тема 3.1. Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы	Сущность сертификации гостиничных услуг. Основные принципы сертификации гостиниц. Обязательная и добровольная сертификация. Правила и документы по проведению работ в области сертификации гостиничных предприятий. Сертификация в гостиничной деятельности. Категории гостиниц.
Тема 3.2. Вопросы сертификации в России на предприятиях туристской индустрии	Потребительский риск в сфере гостиничных услуг. Добровольная сертификация: проблемы и перспективы. Государственная сертификация в РФ. Нормативно-правовые основы сертификации в РФ. Проведение работ по сертификации. Классификация гостиниц (на примере страны).
РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия	
Тема 4.1. Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления	Менеджмент качества, функции менеджмента качества, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия; модель управления качеством обслуживания в гостинице,
Тема 4.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях	Качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам, требованиям рынка и потребностям потребителей услуг, подходы к управлению качеством гостиничного предприятия

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 – навыков, 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. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

Вопросы для самоподготовки:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?

Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
2. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
3. Требования к СМК в гостиничном предприятии
4. Суть Тотального управления качеством (TQM).
5. Модель всеобщего управления качеством.
6. Планирование уровня качества туристской услуги.

РАЗДЕЛ 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

Вопросы для самоподготовки:

1. Требования к СМК в гостиничном предприятии
2. Суть Тотального управления качеством (TQM).
3. Модель всеобщего управления качеством.
4. Планирование уровня качества туристской услуги.

Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Вопросы для самоподготовки:

1. Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг
2. Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия
3. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества
4. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
5. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии

РАЗДЕЛ 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

Тема 3.1. Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

Вопросы для самоподготовки:

1. Мониторинг, измерение, анализ и улучшение качества гостиничных услуг
2. Менеджмент ресурсов гостиничного предприятия
3. Управленческая деятельность руководства в области обеспечения качества
4. Планирование контроля качества туристской услуги.

Тема 3.2. Вопросы сертификации в России на предприятиях туристской индустрии

Вопросы для самоподготовки:

1. Преодоление трудностей при внедрении СМК в гостиничном предприятии
2. Особенности внедрения СМК в гостиничном предприятии
3. Планирование контроля качества туристской услуги.
4. Планирование обеспечения качества.

РАЗДЕЛ 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия

Тема 4.1. Основные понятия менеджмента качества: функции, методы управления

Вопросы для самоподготовки:

1. Менеджмент качества, функции менеджмента качества.
2. Подходы к управлению качеством гостиничного предприятия.
3. Модель управления качеством обслуживания в гостинице.
4. Планирование обеспечения качества.

Тема 4.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

Вопросы для самоподготовки:

1. Качество услуг гостиничного предприятия как соответствие стандартам.
2. Требованиям рынка и потребностям потребителей услуг.
3. Подходы к управлению качеством предприятия туристской индустрии.

1.3. УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания



1.	Коллективные средства размещения туристов
1.1.	Гостиницы и аналогичные средства размещения
1.1.1.	Гостиницы — объекты, состоящие из номеров, число которых превышает некоторый минимум (7–10), сгруппированные в классы и категории в соответствии с услугами и стандартами страны, имеющие единое руководство и предоставляющие разнообразные гостиничные услуги (отели, мотели, гостиницы квартирного типа, клубы-отели, пляжные и курортные гостиницы, пансионаты и т. д.) В публикуемых статистических данных имеются различия: а) по размеру: меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров; б) по уровню и качеству обслуживания и комфорту: отели класса «люкс», первого класса, эконом-класса; в) по управлению: независимые, принадлежащие цепям
1.1.2.	Аналогичные средства размещения (туристские общежития, меблированные комнаты и другие заведения, которые предоставляют ограниченные услуги, например, проживание, включая уборку номера)
1.2.	Специализированные заведения. Кроме услуг размещения выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию
1.2.1.	Оздоровительные заведения
1.2.2.	Лагеря труда и отдыха
1.2.3.	Общественные средства транспорта (поезда, морские и речные суда и т. д.)
1.2.4.	Конгресс-центры
1.3.	Прочие коллективные заведения
1.3.1.	Жилища, предназначенные для отдыха
1.3.2.	Кемпинги и др.
2.	Индивидуальные средства размещения
2.1.	Собственные жилища
2.2.	Арендуемые комнаты
2.3.	Арендуемые жилища
2.4.	Размещение у родственников и знакомых (бесплатно)
2.5.	Прочие

Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством

ISO 9001:2008

- Система менеджмента качества (СМК) — это такой стиль управления предприятием, при котором руководители, инженерно-технические работники и рабочие стремятся к улучшению качества продукции и самой системы управления предприятием. Требования к СМК изложены в международном стандарте **ISO 9001:2008**, который так и называется «Системы менеджмента качества».

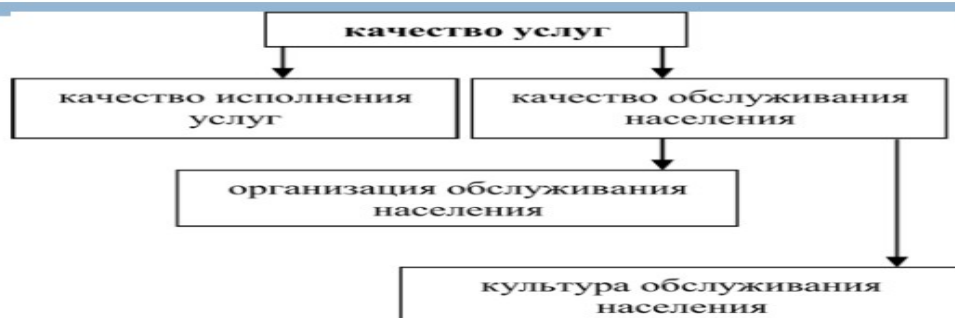
Европейская классификация	Американская классификация
*****	Super deluxe
****	Deluxe
***	Expensive
**	Moderate
*	Inexpensive

**«Качество услуги и качество обслуживания.
Показатели качества услуги»**

- **Понятие качества услуги и обслуживания**
- Степень удовлетворения потребителя услугой зависит от качества обслуживания, исполнения и результата услуги.
- **Качество услуги** — это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.
- Качество услуги во многом зависит от качества обслуживания потребителей.
- **Качество обслуживания** — это совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные



Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Научные подходы к управлению качеством ГОСТ 15467-79

- Достижение главной цели деятельности любого предприятия
- –получение максимальной прибыли также невозможно без поддержания и совершенствования качества продукции соответствующего требованиям существующих стандартов и предпочтениям потребителей.
- Поэтому управление качеством является довольно важной задачей.
- В современной литературе существует множество трактовок понятия «управление качеством»
- . Так, ГОСТ 15467-79 (действующий) В 2010 г. актуализация описания.
- под управлением качеством продукции рассматривает действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции, в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества.
- ГОСТ 16504-2010 Испытание и контроль качества продукции
- Ряд исследователей (В.М. Челнокова, Н.В. Балберова) выделяют

РАЗДЕЛ 3. СЕРТИФИКАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 3.1. Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

Состав документов для сертификации СМК.

- Сертификат системы менеджмента качества – конкурентное преимущество вашей фирмы
-
- Сертифицированная деятельность компании повышает уровень ее конкурентоспособности на всех уровнях.
- Сертификат соответствия СМК – показатель высокого качества, безопасности и соответствия всем мировым требованиям. Рассказываем, как его получить.
- Сертификат менеджмента качества
- Сертификация СМК – это независимая проверка системы менеджмента качества предприятия третьей стороной – органом по сертификации, с последующей выдачей сертификата соответствия.
- Основное условие – положительный результат аудиторской проверки и соответствие всем требованиям государственных и мировых стандартов. Что такое сертификат соответствия СМК

Тема 3.2. Вопросы сертификации в России на предприятиях туристской индустрии

- **ЦЕЛИ СЕРТИФИКАЦИИ:**
- -подтверждение соответствия организации требованиям ISO 9001
- -подтверждение и гарантия высокого качества образовательных услуг
- -повышение конкурентоспособности ОУ
- -обеспечение регулярного мониторинга процесса управления и ведения документации и записей, необходимых для образовательного процесса

Модель Гар

- **Модель управления качеством обслуживания и анализа качества обслуживания**
- **Модель Гар (от англ. gap - разрыв) разработана американскими исследователями А. Парашураманом, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри).**
- В ней выделяются возможные несоответствия при предоставлении услуги. Величина и направление разрывов оказывают влияние на ее качество. Ключевым является разрыв между элементами «ожидаемая услуга» и «воспринятая услуга» (Gap 5), причем под «разрывом» подразумевается превышение ожиданий потребителя над оценкой услуги, полученной в действительности. Услуга является качественной, если разрыв отсутствует. Если разрыв отсутствует.

РАЗДЕЛ 4. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 4.1. Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления

Управление качеством услуг и обслуживания в сфере гостеприимства осуществляется при помощи внешнего и внутреннего контроля



Тема 4.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

Основные инструменты контроля качества в соответствии с данной методикой

Контрольный листок	•инструмент для сбора данных и их автоматического упорядочения для облегчения дальнейшего использования собранной информации.
Гистограмма	•инструмент, позволяющий зрительно оценить распределение статистических данных, сгруппированных по частоте попадания данных в определенный (заранее заданный) интервал.
Диаграмма Парето	•инструмент, позволяющий объективно представить и выявить основные факторы, влияющие на исследуемую проблему, и распределить усилия для ее эффективного разрешения.
Метод стратификации	•(раслаивание данных), инструмент, позволяющий произвести разделение данных на подгруппы по определенному признаку.
Диаграмма разброса	•(рассивания) - инструмент, позволяющий определить вид и тесноту связи между парами соответствующих переменных.
Диаграмма Исикавы	•(причинно-следственная диаграмма), инструмент, который позволяет выявить наиболее существенные факторы (причины), влияющие на конечный результат (следствие).
Контрольная карта	•инструмент, позволяющий отслеживать ход протекания процесса и воздействовать на него (с помощью соответствующей обратной связи), предупреждая его

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 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 обобщенных знаний не показано, речевое оформление требует поправок, коррекции;

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

- ошибки в раскрываемых понятиях, терминах;
- студент не ориентируется в теме, допускает серьезные ошибки;
- студент не может ответить на большую часть дополнительных вопросов.

«Неудовлетворительно»:

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

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

- незнание терминологии;
- ответы на дополнительные вопросы неправильные.

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

Критерии оценки практического задания:

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

«Хорошо» – правильный ответ, дается обоснование принятому решению; но с не существенными ошибками, в рассуждениях отсутствует логическая последовательность; используются ссылки на полученные при изучении дисциплины знания, правильно

используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

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

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

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

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

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

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

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

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

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

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

**ПРИЛОЖЕНИЕ № 1 к МЕТОДИЧЕСКИМ
МАТЕРИАЛАМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 1. Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве

3. Цели занятия: сформировать представление о туризме как объекте управления качеством, раскрыть основные понятия качества обслуживания.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Качество как социально-экономическая категория и объект управления. Значение повышения качества на макроуровне.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный
2	Научные подходы к содержанию понятия качества и управлению качеством.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный
3	Зарубежные и отечественные ученые, имеющие научные труды в области качества.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.
Введение.

В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество — комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др. Важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции. В современной литературе и практике существуют различные трактовки понятия качества.

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания

Качество как социально-экономическая категория носит двойкий характер. С одной стороны, это совокупность объективно существующих свойств и характеристик, уровень которых обусловлен показателями, определяющими потребительную стоимость продукции; с другой — субъективное представление потребителя о продукции.

Качество — комплексная категория, отражающая эффективность всех сторон деятельности предприятия. В связи с этим следует различать предметное и функциональное качество. Приобретая товар, мы сначала определяем, как будем его использовать. Затем смотрим, насколько данный товар подходит для наших целей. В первом случае мы рассуждаем не о конкретном предмете, а о его функции, во втором нас интересуют свойства конкретного предмета. Отсюда предметное качество — это качество определенного предмета, вещи, их способность удовлетворять ту или иную потребность; функциональное качество —

уровень удовлетворения потребности независимо от предметного, вещественного воплощения.

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

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?

Тема 1.2 Этапы развития системы управления качеством

Выделяют пять основных подходов к определению качества в зависимости от поставленных задач.

Первый – *«по восприятию»*: «Вы поймете, когда увидите», или «качество сразу видно». Такой подход характерен для системы потребления и удобен при обсуждении общего качества или в случае, когда группа потребителей определена. Но он может привести к непониманию между представителями различных групп покупателей.

Второй – *«с ориентацией на продукцию»*: основан на представлении, что качество закладывается на этапе разработки, что оно точно определено и может быть измерено. Подход свойственен проектировщикам, коммивояжерам и людям, верящим в марку фирмы.

Третий – *«с ориентацией на конечного потребителя»*: «Пригодность для использования, как это представляется потребителю». Этот вариант подхода отражает мнение специалистов по маркетингу и сбыту, считающих, что именно потребитель решает, качественна продукция или нет. Дает положительные результаты при работе с отдельным потребителем, но при попытке обобщить мнения многих и сформировать некий единый взгляд возникают проблемы.

Четвертый – *«с точки зрения производителя»*: «Соблюдение требований нормативно-технической документации». В данном случае опираются на внутренние факторы, принцип «делай все правильно с самого начала». Из этого вытекает представление, что для обеспечения качества достаточно выполнить все операции без дефектов (ошибок). Это точка зрения технологов и контролеров ОТК.

Пятый – *«ценностная ориентация»*: «Наибольшая польза от израсходованных денег». Этот подход учитывает интересы конечного потребителя, цена выступает в роли одного из факторов качества.

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

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

1. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности
2. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 2. Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия: сформировать представление об основных понятиях стандартов обслуживания: международные и отечественные.

4. Структура лекционного занятия.

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

п/п		
1	Понятие стандарта. Роль стандартов в деятельности предприятий. Понятие стандартизации. Виды стандартов (классификация).	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Росстандарт: функции и задачи; история деятельности. Система мировых стандартов. Система национальных стандартов в РФ. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Региональные стандарты: цели и задачи. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации. Локальные стандарты гостиничных предприятий.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Государство должно обеспечить безопасность потребления продукции (услуг) и защитить права потребителей от произвола продавцов. Кроме того, в обязанности государства входит создание и поддержание на оптимальном уровне условий для эффективной работы отечественного производителя.

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные

Основным методом обеспечения безопасности продукции (услуг) является сертификация - проверка соответствия характеристик продукции (услуг) установленным требованиям и подтверждение соответствия специальными документами – сертификатами.

Требования к продукции, а также требования к методикам проверки и измерений изложены в системе нормативных документов (государственных и отраслевых стандартах, технических регламентах, методических указаниях, руководящих документах и т.д.). Стандарт-нормативно-технический документ, устанавливающий комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации и утвержденный компетентным органом.

Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) — федеральный орган исполнительной власти оказания государственных услуг и управления государственным имуществом в сфере технического регулирования и метрологии. С 2004 г. находится в ведении Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

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

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?

Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Росстандарт осуществляет полномочия в установленной сфере деятельности, в том числе:

- выполняет функции компетентного административного органа Российской Федерации в соответствии с соглашением о принятии единообразных технических предписаний для колёсных транспортных средств, предметов оборудования и частей, которые

могут быть установлены и/или использованы на колёсных транспортных средствах, и об условиях взаимного признания официальных утверждений, выдаваемых на основе этих предписаний, заключённым в Женеве 20 марта 1958 года;

- организует экспертизу проектов национальных стандартов;
- выполняет ряд функций в сфере контрольно-надзорной деятельности (в частности, на соответствие продукции требованиям некоторым техническим регламентам; федеральный метрологический надзор и т. п.)
- осуществляет руководство деятельностью государственной метрологической службы, государственной службы времени, частоты и определения параметров вращения Земли, государственной службы стандартных справочных данных о физических константах и свойствах веществ и материалов, государственной службы стандартных образцов состава и свойств веществ и материалов, а также утверждение национальных стандартов;
- ведёт федеральный информационный фонд технических регламентов и стандартов.

Управление качеством предполагает наличие следующих управленческих систем в гостиничном предприятии, контролирующей организацию и предоставление услуг:

- система подбора персонала и его обучение. Администрация гостиницы должна организовывать службу подбора и найма работников, имеющих знания, навыки и способности для предоставления услуги высокого качества, и постоянно заботиться о повышении квалификации персонала;

- система контроля за качеством и стандартизацией процесса предоставления услуг в гостинице. При определении стандартов обслуживания для гостиничных предприятий их владельцы и менеджеры должны четко представлять себе, какую идею они пытаются донести до своих клиентов.

Поэтому важно, чтобы каждое предприятие гостеприимства имело собственный кодекс стандартов.

Стандарты должны быть гибкими и отражать требования и пожелания клиентов, в первую очередь клиентов постоянных.

Под стандартами подразумевается не только правильная техника обслуживания гостей, но и отношение персонала к своей работе, к гостям;

- система контроля степени удовлетворенности клиентов строится на основе анализа жалоб и предложений клиентов, сравнения качества услуг конкурентов с качеством предоставления собственных услуг.

Гостиницы могут использовать жалобы как ценный источник формирования преимуществ перед конкурентами, поскольку жалобы указывают на возможные пути совершенствования работы, удовлетворения недовольных клиентов.

Таким образом, образцовая гостиница характеризуется наличием системы стратегического планирования, стремлением руководства к повышению качества услуг, высокими стандартами обслуживания, системой контроля за предоставлением услуг, системой удовлетворения жалоб гостей. 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. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания.
2. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества.
3. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации.

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 3. Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия: сформировать представление о сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Сущность сертификации гостиничных услуг. Основные принципы сертификации гостиниц.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Обязательная и добровольная сертификация. Правила и документы по проведению работ в области сертификации гостиничных предприятий.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Сертификация в гостиничной деятельности. Категории гостиниц.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ TQM В РОССИИ

Проблема обеспечения выпуска продукции высокого качества является важнейшей задачей для российских предприятий. Актуальной является потребность в поиске новых методологических разработок, которые позволили бы быстро реорганизовать предприятие в современных условиях. На наш взгляд, в качестве данной методологии сегодня может выступать всеобщее управление качеством. Уникальность TQM заключается в том, что оно сосредотачивает внимание не только на качестве выпускаемой продукции, а также на качестве всех существующих процессов в организации.

Тема 3.1. Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

TQM включает в себя следующие принципы:

- активное участие руководства в вопросах, связанных с качеством;
- акцент на требования потребителей;
- вовлечение всего персонала в работу по повышению качества;
- разработка и сертификация систем менеджмента качества;
- постоянное улучшение;
- постоянное совершенствование процессов.

Внедрение всеобщего управления качеством в России зачастую сопровождается целым рядом проблем. В данной статье мы хотим рассмотреть возникающие препятствия и возможности их преодоления. Сегодня арсенал инструментов совершенствования бизнеса достаточно велик и продолжает пополняться все новыми подходами:

6-Сигм, стандарты ИСО серии 9000, сбалансированная система показателей, структурирование функций качества, анализ характера и последствий отказов, модели самооценки организации, бенчмаркинг и другие.

Подавляющее большинство предлагаемых подходов основаны на принципах всеобщего управления качеством.

Аббревиатура TQM уже знакома российским менеджерам, однако для большинства из них TQM так и остается аббревиатурой. Безусловно, это явление временное - еще 10-12 лет назад мало кто в России различал понятия "менеджмент" и "маркетинг", а сегодня это

неотъемлемые атрибуты деятельности любого российского предприятия, от крупного до малого.

Тема 3.2. Вопросы сертификации в России на предприятиях туристской индустрии.

Сертификация — это процедура подтверждения соответствия результата производственной деятельности, товара, услуги нормативным требованиям, посредством которой третья сторона документально удостоверяет, что продукция, работа (процесс) или услуга соответствует заданным требованиям.

Документ, подтверждающий соответствие сертифицированной продукции установленным требованиям, называется сертификатом соответствия.

Под «третьей стороной» в процедуре сертификации подразумевается независимая, компетентная организация, осуществляющая оценку качества продукции. Первой стороной принято считать изготовителя, продавца продукции, второй — покупателя, потребителя.

Третья сторона (например, испытательная лаборатория) для подтверждения своей компетентности и объективности проходит процедуру аккредитации, т. е. официального признания ее возможностей осуществлять соответствующий вид контроля или испытаний.

В соответствие с ФЗ «О техническом регулировании»:

сертификация - форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров;

сертификат соответствия - документ, удостоверяющий соответствие объекта требованиям технических регламентов, документам по стандартизации или условиям договоров;

техническое регулирование - правовое регулирование отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции или к процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, а также в области применения на добровольной основе требований к продукции, процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия;

форма подтверждения соответствия - определенный порядок документального удостоверения соответствия продукции или иных объектов, процессов проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнения работ или оказания услуг требованиям технических регламентов, положениям документов по стандартизации или условиям договоров;

схема подтверждения соответствия- перечень действий участников подтверждения соответствия, результаты которых рассматриваются ими в качестве доказательств соответствия продукции и иных объектов установленным требованиям.

Подтверждение соответствия на территории Российской Федерации может носить добровольный или обязательный характер.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в форме добровольной сертификации.

Обязательное подтверждение соответствия осуществляется в формах: принятия декларации о соответствии (далее - декларирование соответствия); обязательной сертификации.

Порядок применения форм обязательного подтверждения соответствия устанавливается Федеральным законом «О техническом регулировании».

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

1. Международные стандарты и системы категоризации гостиниц
2. Требования к средствам размещения различных категорий
3. Требования к номерам различных категорий
4. В каких случаях возможен отказ в выдаче сертификата?

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Раздел 4. Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия

3. Цели занятия: сформировать представление об основных понятиях менеджмента качества: функции, методы управления

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Менеджмент качества, функции менеджмента качества. Подходы к управлению качеством гостиничного предприятия.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
2	Модель управления качеством обслуживания в гостинице. Планирование как функция менеджмента. Менеджмент качества: планирование и контроль	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.
3	Обеспечение качества гостиничных услуг. Организация работ по качеству в гостиничном предприятии: основные этапы и проблемы.	Визуализация лекций, Интерактивный метод Проблемно-ориентированный, Компьютеры с интернетом.

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В зависимости от уровня решаемых задач функции менеджмента качества можно разделить на несколько групп: основные и частные функции менеджмента.

Тема 4.1. Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления

Основные функции менеджмента качества заключаются в планировании и разработке методов обеспечения качества, контроле качества и стимулировании качества.

Некоторые исследователи предлагают более подробный перечень, включая в него такие функции менеджмента качества, как:

- формирование проектного качества продукции;
- планирование потребительского качества продукции;
- обеспечение, сохранение, улучшение качества продукции;
- контроль за качеством.

В целом функции менеджмента качества весьма многочисленны.

К блоку планирования и разработки методов обеспечения качества можно отнести:

- 1) прогнозирование потребностей рынка в отношении технического уровня продукции и ее качества;
- 2) стандартизация и нормирование требований к качеству продукции, планирование повышения ее качества;
- 3) разработку новых товаров;
- 4) организацию взаимоотношений, касающихся качества продукции, с поставщиками сырья, комплектующих, полуфабрикатов и материалов.

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

1. Система показателей в оценке качества гостиничного предприятия
2. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
3. Средства анализа и измерения

Тема 4.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях.

Методы менеджмента качества

Реализация принципов и выполнение функций менеджмента качества осуществляется с помощью целого комплекса методов.

Методы менеджмента качества представляют собой способы и приемы осуществления управленческой деятельности и воздействия на управляемые объекты для достижения поставленных целей в области качества.

В зависимости от целей применения и спектра решаемых задач методы управления качеством можно разделить на следующие группы:

- - организационные (или административные);
- - социально-психологические;
- - технологические;
- - экономические;
- - экспертные.

Организационные методы в основном применяются для разработки и реализации обязательных для исполнения директив, приказов, предписаний, направленных на повышение качества деятельности организаций. Организационные методы включают:

- *распорядительные* (приказы, директивы и т.п.). Они предполагают разработку, издание и выполнение определенных распоряжений, приказов, инструкций, указаний, нацеленных на решение конкретных проблем в области управления качеством;

- *стабилизирующие* (регламентирующие) (нормы, нормативы, положения); связаны непосредственно с регламентацией деятельности организации (разработка руководства по качеству, политики в области качества, положений о структурных подразделениях и др.), а также с ознакомлением персонала с содержанием основополагающих документов в области управления качеством путем объяснений, проведения обучения и консультаций;

- *дисциплинарные* (ответственность и поощрение). Обусловлены установлением ответственности за те или иные поручения, а также определением форм поощрения работников за достижения в работе.

Экономические методы управления качеством непосредственно нацелены на реализацию функции мотивации персонала качественно выполнять свою работу в рамках стимулирования деятельности отдельного работника, группы и организации в целом:

- *методы экономического стимулирования и материальной заинтересованности*,
- *стимулирование деятельности отдельного работника*, оплата, связанная с выполнением индивидуальной работы, разовое вознаграждение за личное достижение, участие в прибылях подразделения (организации);

- *стимулирование деятельности группы*, оплата, связанная с достижением цели группы, разовое вознаграждение за достижение определенных целей группой, участие в прибылях подразделения (организации);

- *стимулирование деятельности организации* в целом: экономические стимулы со стороны государства (льготное кредитование, преимущество при предоставлении государственного заказа), поощрение со стороны общественных организаций и ассоциаций партнеров по бизнесу, участие в конкурсах на соискание премий в области качества.

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. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
2. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
3. Правила формирования анкет, опросных листов и т.д.
4. Влияние конфессиональной, гендерной и национальной принадлежности на восприятие и оценку качества гостиничных услуг

**ПРИЛОЖЕНИЕ № 2 к МЕТОДИЧЕСКИМ
МАТЕРИАЛАМ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ)
ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

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

- 1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства**
- 2. Тема практического занятия: Методологические основы управления качеством в туризме и гостеприимстве**
- 3. Цели занятия: сформировать представление о туризме как объекте управления качеством, раскрыть основные понятия качества обслуживания.**
- 4. Структура практического 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, обсуждения	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 занятия и взаимодействие с аудиторией.

1. Тема практического занятия: **Основные понятия качества обслуживания**

Вопросы к обсуждению:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
5. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.
6. Дать определение индустрии туризма и гостеприимства.
7. Какие факторы внешней и внутренней среды гостиничных предприятий Вы знаете?

Практические задания:

1. Значение качества услуг в жизни современного человека
2. Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий
3. Основные критерии оценки потребителями качества услуг
4. Эмоциональное восприятие качества услуг
5. Защита прав потребителей: реалии и государственные требования
6. Обзор нормативно-правовых документов, регулирующих качество обслуживания потребителей

7. Сравнительный анализ определений дефиниции «качество» российскими и зарубежными учеными
8. Становление управления качеством в РФ
9. Понятие качества гостиничных услуг и проблемы его обеспечения
10. Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе
11. К. Исикава и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях
12. Э. Деминг и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях
13. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности

2. Тема практического занятия: **Этапы развития системы управления качеством**

Вопросы к обсуждению:

1. Как качество продукции, работ и услуг влияет на конкурентоспособность предприятий?
2. Какие проблемы возникают у предприятий при снижении качества продукции, работ и услуг?
3. В чем отличие пост индустриальной экономики от индустриальной?
4. Каковы основные этапы развития понятия «качество»?
5. Дать определение понятию «Качество» с указанием источника.

Практические задания:

1. Какие аспекты качества Вам известны?
2. Назовите ученых в области качества и дайте краткую характеристику основным их трудам.
3. К. Исикава и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
4. Э. Деминг и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
5. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности
6. Почему в гостиничной деятельности качество определяет коммерческий успех предприятия?

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Тема практического занятия: Стандартизация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия: сформировать представление об основных понятиях стандартов обслуживания: международные и отечественные.

4. Структура практического 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.

1. Тема практического занятия: **Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные**

Вопросы к обсуждению:

1. Какую роль играет стандартизация в рыночной экономике и жизни общества?
2. Что вы знаете об особенностях развития стандартизации в России, её проблемах и перспективах?
3. Что такое техническое регулирование?
4. Приведите примеры локальных стандартов
5. Какие международные стандарты индустрии туризма и гостеприимства Вам известны?
6. Дайте определение понятию «стандарт» с указанием источника

Практические задания:

1. Качество – всемирное поле конкуренции.
2. Японский менеджмент качества и его особенности.
3. Японские ученые в области качества и их достижения в этой области.
4. Американские ученые в области качества и их достижения в этой области.
5. Отечественные ученые в области качества и их достижения в этой области.
6. Американский подход к менеджменту качества
7. Проблемы качества российских предприятий

2. Тема практического занятия: **Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии**

Вопросы к обсуждению:

1. Система национальных стандартов в РФ.
2. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ.
3. Региональные стандарты: цели и задачи.
4. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации.
5. Локальные стандарты гостиничных предприятий.
6. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации. ФРИО: история создания; функции и задачи.
7. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания.
8. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества.
9. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации.
10. Международные стандарты в индустрии гостеприимства.
11. Профессиональные стандарты в гостиницах.

Практические задания:

1. Экономический аспект качества
2. Значение качества услуг в жизни современного человека
3. Влияние качества услуг на деятельность сервисных предприятий
4. Основные критерии оценки потребителями качества услуг
5. Эмоциональное восприятие качества услуг
6. Защита прав потребителей: реалии и государственные требования
7. Обзор нормативно-правовых документов, регулирующих качество обслуживания потребителей

8. Сравнительные анализ определений дефиниции «качество» российскими и зарубежными учеными
9. Становление управления качеством в РФ

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Тема практического занятия: Сертификация в сфере туризма, гостеприимства и общественного питания

3. Цели занятия: сформировать представление о сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

4. Структура практического 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 занятия: Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

Вопросы к обсуждению:

1. Международные стандарты и системы категоризации гостиниц
2. Требования к средствам размещения различных категорий
3. Требования к номерам различных категорий
4. В каких случаях возможен отказ в выдаче сертификата?
5. Как часто осуществляется инспекционный контроль сертифицированных услуг?
6. Сопоставьте схемы сертификации услуг.

Практические задания:

1. Понятие качества гостиничных услуг и проблемы его обеспечения
2. Проблемы качества обслуживания в гостиничном бизнесе
3. К. Исикава и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
4. Э. Деминг и его вклад в развитие управления качеством на теоретическом и практическом уровнях.
5. Менеджмент качества в разных странах: отличительные особенности
6. Качество гостиничных услуг как основа конкурентоспособности гостиничного предприятия
7. Этапы управления качеством в мире

8. Концепция пост индустриальной экономики
9. Национальный аспект качества
10. Политический аспект качества
11. Моральный аспект качества
12. Социальный аспект качества

2. Тема практического занятия: Вопросы сертификации в России на предприятиях туристской индустрии

Вопросы к обсуждению:

1. На каких принципах строится деятельность по сертификации?
2. Назовите участников сертификации.
3. Приведите отличительные признаки сертификации соответствия и декларирования соответствия.
4. Что такое знак соответствия?
5. Назовите способы маркировки продукции знаком соответствия.
6. Что такое обязательная сертификация?

Практические задания:

1. Понятие стандарта.
2. Роль стандартов в деятельности предприятий.
3. Понятие стандартизации. Виды стандартов (классификация).
4. Росстандарт: функции и задачи; история деятельности.
5. Система мировых стандартов
6. Система национальных стандартов в РФ
7. Отраслевые стандарты: обзор в мире и РФ
8. Региональные стандарты: цели и задачи
9. Саморегулируемые организации и их роль в стандартизации
10. Локальные стандарты гостиничных предприятий
11. Общественные объединения в гостиничном бизнесе и их роль в вопросах стандартизации
12. ФРИО: история создания; функции и задачи
13. Стандартизация и ее роль в деятельности предприятий общественного питания
14. Сетевые предприятия общественного питания в аспекте качества
15. Транснациональные компании и их роль в развитии стандартизации
16. Международные стандарты в индустрии гостеприимства
17. Профессиональные стандарты в гостиницах
18. Стандарты гостиничных сетей
19. Государственное регулирование гостиничной индустрии
20. Стандарты качества в индустрии гостеприимства
21. Порядок разработки международных стандартов
22. Государственное регулирование стандартизации в РФ
23. Стандарты обслуживания в гостиницах
24. Кодексы корпоративного поведения
25. Основные требования к персоналу гостиничного предприятия

1. Дисциплина (модуль): Стандартизация, сертификация и контроль качества услуг в индустрии туризма и гостеприимства

2. Тема практического занятия: Менеджмент качества в общей системе менеджмента гостиничного предприятия

3. Цели занятия: сформировать представление об основных понятиях менеджмента качества: функции, методы управления

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.

1. Тема практического (семинарского) занятия: **Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления**

Вопросы к обсуждению:

1. Стратегическое, тактическое и операционное планирование
2. Функции управления на гостиничном предприятии
3. Планирование как функция менеджмента
4. Менеджмент качества: планирование и контроль
5. Обеспечение качества гостиничных услуг
6. Организация работ по качеству в гостиничном предприятии: основные этапы и проблемы
7. Определение состава процессов управления качеством
8. Документационное и информационное обеспечение работ по качеству в гостиничном предприятии

Практические задания:

1. В каких случаях возможен отказ в выдаче сертификата
2. Осуществление инспекционного контроля сертифицированных услуг
3. Схемы сертификации услуг.
4. Принципы деятельности по сертификации
5. Участники сертификации.
6. Отличительные признаки сертификации соответствия и декларирования соответствия.

2. Тема практического занятия: **Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях**

Вопросы к обсуждению:

1. Система показателей в оценке качества гостиничного предприятия
2. Тип и характер действий при оценке качества гостиничного предприятия
3. Средства анализа и измерения
4. Форма выражения оценки качества гостиничного предприятия
5. Качественные методы оценки гостиничных услуг
6. Невидимые функциональные службы и системы гостиничного предприятия
7. Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе
8. Правила формирования анкет, опросных листов и т.д.

9. Влияние конфессиональной, гендерной и национальной принадлежности на восприятие и оценку качества гостиничных услуг

Практические задания:

1. Роль руководителя в управлении качеством гостиничного предприятия.
2. Достоинства и недостатки производственной концепции управления гостиничным предприятием
3. Достоинства и недостатки товарной концепции управления гостиничным предприятием
4. Достоинства и недостатки реализационной концепции управления гостиничным предприятием
5. Социально-ответственный маркетинг в гостиничной индустрии

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

**УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
РАЗДЕЛ 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В
ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ**

Тема 1.1. Основные понятия качество обслуживания



1.	Коллективные средства размещения туристов
1.1.	Гостиницы и аналогичные средства размещения
1.1.1.	Гостиницы — объекты, состоящие из номеров, число которых превышает некоторый минимум (7-10), сгруппированные в классы и категории в соответствии с услугами и стандартами страны, имеющие единое руководство и предоставляющие разнообразные гостиничные услуги (отели, мотели, гостиницы квартирного типа, клубы-отели, пляжные и курортные гостиницы, пансионаты и т. д.) В публикуемых статистических данных имеются различия: а) по размеру: меньше 100 номеров, от 100 до 300 номеров, свыше 300 номеров; б) по уровню и качеству обслуживания и комфорту: отели класса «люкс», первого класса, эконом-класса; в) по управлению: независимые, принадлежащие цепям
1.1.2.	Аналогичные средства размещения (туристские общежития, меблированные комнаты и другие заведения, которые предоставляют ограниченные услуги, например, проживание, включая уборку номера)
1.2.	Специализированные заведения. Кроме услуг размещения выполняют еще какую-либо другую специализированную функцию
1.2.1.	Оздоровительные заведения
1.2.2.	Лагерь труда и отдыха
1.2.3.	Общественные средства транспорта (поезда, морские и речные суда и т. д.)
1.2.4.	Конгресс-центры
1.3.	Прочие коллективные заведения
1.3.1.	Жилища, предназначенные для отдыха
1.3.2.	Кемпинги и др.
2.	Индивидуальные средства размещения
2.1.	Собственные жилища
2.2.	Арендуемые комнаты
2.3.	Арендуемые жилища
2.4.	Размещение у родственников и знакомых (бесплатно)
2.5.	Прочие

Особенности туристских услуг как объекта управления качеством

Рассмотрим особенности услуг, характерные для услуг туризма.

1. Покупатели не становятся владельцами услуг, а могут пользоваться ими какое то время.
2. Неосвязаемость услуг связана окружающей обстановкой и с персоналом, который входит в контакт с туристами при их обслуживании.
3. Вовлечение потребителя в процесс обслуживания целесообразно в ряде случаев.
4. Обслуживающий персонал и другие люди выступают как часть продукта туристских организаций.
5. Невозможность обеспечить постоянство используемых ресурсов и получаемых результатов.
6. Сложность оценки качества услуг туризма потребителем.
7. Отсутствие запасов.
8. Важность временного фактора.
9. Использование разных каналов распределения туристского продукта.

ISO 9001:2008

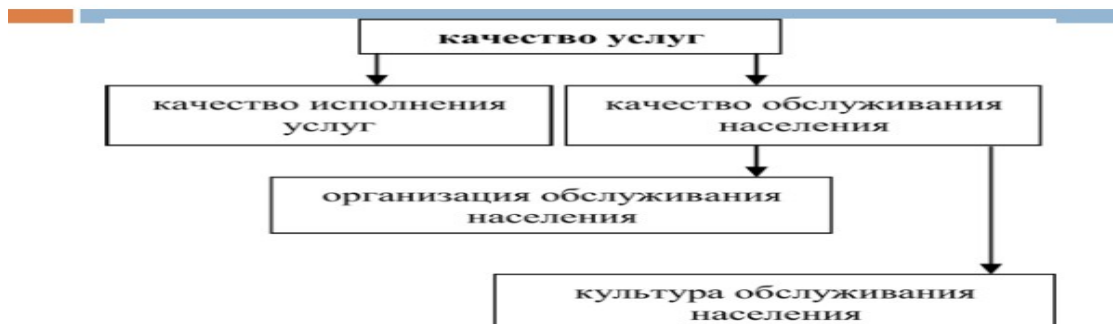
- Система менеджмента качества (СМК) — это такой стиль управления предприятием, при котором руководители, инженерно-технические работники и рабочие стремятся к улучшению качества продукции и самой системы управления предприятием. Требования к СМК изложены в международном стандарте **ISO 9001:2008**, который так и называется «Системы менеджмента качества».

Тема 1.2. Этапы развития системы управления качеством

Европейская классификация	Американская классификация
*****	Super deluxe
****	Deluxe
***	Expensive
**	Moderate
*	Inexpensive

РАЗДЕЛ 2. СТАНДАРТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 2.1. Основные понятия стандартов обслуживания: международные и отечественные



Тема 2.2. Вопросы стандартизации и опыт разработки стандартов на предприятии

Научные подходы к управлению качеством ГОСТ 15467-79

- Достижение главной цели деятельности любого предприятия
- –получение максимальной прибыли также невозможно без поддержания и совершенствования качества продукции соответствующего требованиям существующих стандартов и предпочтениям потребителей.
- Поэтому управление качеством является довольно важной задачей.
- В современной литературе существует множество трактовок понятия «управление качеством»
- . Так, ГОСТ 15467-79 (действующий) В 2010 г. актуализация описания.
- под управлением качеством продукции рассматривает действия, осуществляемые при создании и эксплуатации или потреблении продукции, в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества.
- ГОСТ 16504-2010 Испытание и контроль качества продукции
- Ряд исследователей (В.М. Челнокова, Н.В. Балберова) выделяют

РАЗДЕЛ 3. СЕРТИФИКАЦИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Тема 3.1. Основные понятия сертификации гостиничных услуг: сущность, виды, принципы

Состав документов для сертификации СМК.

- Сертификат системы менеджмента качества – конкурентное преимущество вашей фирмы
-
- Сертифицированная деятельность компании повышает уровень ее конкурентоспособности на всех уровнях.
- Сертификат соответствия СМК – показатель высокого качества, безопасности и соответствия всем мировым требованиям. Рассказываем, как его получить.
- Сертификат менеджмента качества
- **Сертификация СМК – это независимая проверка системы менеджмента качества предприятия третьей стороной – органом по сертификации, с последующей выдачей сертификата соответствия.**
- **Основное условие – положительный результат аудиторской проверки и соответствие всем требованиям государственных и мировых стандартов. Что такое сертификат соответствия СМК**

Карта качества обслуживания (эталонная)

№ п/п	Содержание и характеристика элемента обслуживания	Оценка восприятия элемента обслуживания		
		Отсутствует	Исполнен неправильно	Исполнен правильно
Раздел 1: критические элементы обслуживания				
1.1	Безопасность проживания	Обслуживание недопустимо	-5	5
1.2	Здоровая пища		-5	5
...
Раздел 2. Нейтральные элементы обслуживания				
2.1	Цвет униформы	-2	0	0
2.2	Цветовая гамма интерьера в номере	-2	-1	0
...	0
Раздел 3. Элементы, приносящие удовлетворение				
3.1	Цветы и конфеты в номере бесплатно	0	-1	2
3.2	Живая музыка в холле	0	-1	1
...
Раздел 4. Элементы обслуживания, приносящие разочарование				
4.1	Общественные туалеты в холле	-3	-1	0

- **ЦЕЛИ СЕРТИФИКАЦИИ:**
- -подтверждение соответствия организации требованиям ISO 9001
- -подтверждение и гарантия высокого качества образовательных услуг
- -повышение конкурентоспособности ОУ
- -обеспечение регулярного мониторинга процесса управления и ведения документации и записей, необходимых для образовательного процесса

Модель Гар

- **Модель управления качеством обслуживания и анализа качества обслуживания**
- **Модель Гар (от англ. gap - разрыв) разработана американскими исследователями А. Парашураманом, В.А. Зайтамл, Л.Л. Берри).**
- В ней выделяются возможные несоответствия при предоставлении услуги. Величина и направление разрывов оказывают влияние на ее качество. Ключевым является разрыв между элементами «ожидаемая услуга» и «воспринятая услуга» (Gap 5), причем под «разрывом» подразумевается превышение ожиданий потребителя над оценкой услуги, полученной в действительности. Услуга является качественной, если разрыв отсутствует. если разрыв отсутствует.

РАЗДЕЛ 4. МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОБЩЕЙ СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 4.1. Основные понятия менеджмент качества: функции, методы управления

Управление качеством услуг и обслуживания в сфере гостеприимства осуществляется при помощи внешнего и внутреннего контроля



Тема 4.2. Вопросы повышения качества на предприятиях туристской индустрии в российских условиях

Основные инструменты контроля качества в соответствии с данной методикой


Контрольный листок	•инструмент для сбора данных и их автоматического упорядочения для облегчения дальнейшего использования собранной информации.
Гистограмма	•инструмент, позволяющий зрительно оценить распределение статистических данных, сгруппированных по частоте попадания данных в определенный (заранее заданный) интервал.
Диаграмма Парето	•инструмент, позволяющий объективно представить и выявить основные факторы, влияющие на исследуемую проблему, и распределить усилия для ее эффективного разрешения.
Метод стратификации	•(раслаивание данных), инструмент, позволяющий произвести разделение данных на подгруппы по определенному признаку.
Диаграмма разброса	•(рассеивания) - инструмент, позволяющий определить вид и тесноту связи между парами соответствующих переменных.
Диаграмма Исикавы	•(причинно-следственная диаграмма), инструмент, который позволяет выявить наиболее существенные факторы (причины), влияющие на конечный результат (следствие).
Контрольная карта	•инструмент, позволяющий отслеживать ход протекания процесса и воздействовать на него (с помощью соответствующей обратной связи), предупреждая его

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)

Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

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.

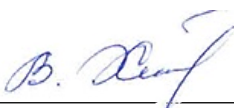
Методические материалы по дисциплине (модулю) «Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом» разработаны на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства 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 «Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом» разработаны рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцентом Хетагуровой В.Ш., канд. экон. наук, доцентом Мосалевым А.И.

Методические материалы по дисциплине «Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом» 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, ЛАБОРАТОРНЫМ 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
1.4. Методические материалы по написанию курсовой работы.....	30
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	34
Приложение № 1 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты лекционных занятий по дисциплине (модулю).....	43
КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	43
Приложение № 2 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Конспекты практических (семинарских) занятий по дисциплине (модулю).....	78
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	78
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	93
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	110

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ, ЛАБОРАТОРНЫМ ЗАНЯТИЯМ

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

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Экономика впечатлений: сущность, особенности.	
Тема 1.1. Понятие и сущность экономики впечатлений	Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений. Роль и значение сферы услуг. Предпосылки формирования экономики впечатлений как особого направления сферы услуг. Общемировые тенденции превращения сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства. Темпы роста сферы услуг во всех странах мира, темпы роста производственной сферы.
Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений	Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика желаний, экономика развлечений). Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций. Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений. Генезис экономики ощущений.
Раздел 2. Маркетинг впечатлений: основные понятия, инструменты.	
Тема 2.1. Основные определения, понятия, сущность, особенности	Маркетинг экономики впечатлений. Общество мечты как пространство для развития новых рынков: рынка приключений; рынка духовной близости, дружбы и любви;

	<p>рынка заботы; рынка «кто-Я-Такой»; рынка душевного покоя; рынка убеждений.</p> <p>Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа. Системы и фрагменты потребительского поведения. Символы и смыслы экономики впечатлений. Особенности символического потребления.</p>
Тема 2.2. Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации	<p>Инструменты маркетинга впечатлений. Цели маркетинга впечатлений. Переход от маркетинга продукта к маркетингу впечатлений. Инструменты маркетинга впечатлений. Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде). Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры. Плюрализм стилей жизни. Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.</p>
Раздел 3. Туристский рынок и его изменения	
Тема 3.1. Туристский рынок: характеристики спроса	<p>Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты). Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов. Виртуализация рынков. Инновационные технологии в продвижении эмоциональных рынков.</p>
Тема 3.2. Новые модели потребления в экономике впечатлений	<p>Технологии производства услуг в экономике ощущений. Моделирование господствующей атмосферы услугового комплекса. Четыре модели господствующей атмосферы: возбуждающая (возбуждающе-привлекающая), успокаивающая (привлекающее - успокаивающая), впечатляющая (недружелюбно-успокаивающая), агрессивная (недружелюбно-возбуждающая). Методика составления эмоциональных бренда туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.</p>
Раздел 4. Туристический бизнес, понятия, формы, особенности	
. Тема 4.1. Основы бизнеса в туризме, его особенности	<p>Туризм как бизнес. Основные понятия и особенности туризма. Структура индустрии туризма. Факторы и ресурсы туризма, туристическая нагрузка. Классификация видов туризма и их особенности. Новые стратегические приоритеты тенденции тур бизнеса как часть экономики впечатлений. Технологии производства услуг в экономике.</p>

	<p>5 трендов потребительского поведения, лежащих в области экономики впечатлений. Тренд 1. Потребитель желает получать удивительные, спонтанные и погружающие в реальность впечатления. Потребитель желает получать удовольствия от мультисенсорного восприятия – не используя лишь один способ восприятия действительности, например, зрение или слух.</p>
<p>Тема 4.2. Компетенции специалиста туристического бизнеса.</p>	<p>Инициативность в производстве эмоциональных продуктов. Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя. Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя.</p>
<p>Раздел 5. Туристический бизнес и его результаты</p>	
<p>Тема 5.1. Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности</p>	<p>Туристический рынок и его разнообразие Особенности и региональная структура рынка. Туристический спрос и предложение. Потребности и желания туристов. Регулирование туристического рынка. Туристический продукт или из чего состоит путешествие. Понятие туристического продукта и его особенности. Потребительские свойства и качества туристического продукта. Этапы разработки, калькуляция и расчет рентабельности нового турпродукта. Жизненный цикл и качество туристического продукта как фактор конкуренции.</p>
<p>Тема 5.2. Туроператоры, турагенты, цели, функции.</p>	<p>Туроператоры. Роль, функции и виды туроператоров. Планирование, организация и продвижение турпродукта. Системы резервирования. Использование туроператором информационных технологий. Розничная сеть, или что такое турагентство. Роль турагентств. Организация деятельности турагентств. Требования к турагентствам. Доходы и система распространения турпродукта. Роль информационных технологий.</p>
<p>Раздел 6. Организация и управление туристическим бизнесом</p>	
<p>Тема 6.1. Основные положения деятельности в туристском бизнесе</p>	<p>Туристическое предприятие, с чего начать? Понятие туристического предприятия. Основные виды и организационные структуры. Этапы создания туристического предприятия. Учредительные документы и государственная регистрация. Требования к офису и персоналу туристической фирмы. Ликвидация туристического предприятия. Туристические формальности. Что такое туристическая формальность? Особенности паспортных, визовых, та-</p>

	<p>моженных, валютных и медико-санитарных формальностей. Права и обязанности туристов и экскурсантов. Страхование в туризме. Сущность и основные понятия страхования. Основные системы страхования. Виды туристического страхования. Договор со страховыми компаниями. Где жить туристу. Экскурсии или как показать достопримечательности. Достопримечательности, их виды и особенности. Экскурсия как вид туристической деятельности. Особенности проведения и организации экскурсий. Алгоритм создания новой экскурсии. Требования к экскурсионным гидам.</p>
<p>Тема 6.2. Особенности управления туристическим бизнесом.</p>	<p>Особенности управления туристическим бизнесом. Туризм как отрасль экономики. Понятие и виды менеджмента в туризме, его функции. Анализ состояния туристического предприятия. Управление туристским комплексом. Внешняя и внутренняя среда туристского предприятия. Факторы макросреды для туристского предприятий. Система целей организации: общие и специфические цели, миссия предприятия туристского комплекса. Дерево целей организации туристского комплекса. Организация управления туристским комплексом. Организационная структура туристского предприятия. Понятие структуры управления туристским предприятием. Элементы структуры управления: звенья, уровни, горизонтальные и вертикальные связи.</p>
<p>Раздел 7. Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе</p>	
<p>Тема 7.1. Инновации в маркетинге в туризме.</p>	<p>Инновации в маркетинге в туризме. Структура маркетинга в туризме. Выбор основного рынка сбыта турпродукта. Ценообразование в туризме: ценообразующие факторы и политика цен. Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке. Разработка рекламного бюджета. Правовые вопросы предоставления туристических услуг. Документы, регулирующие туристический бизнес</p>
<p>Тема 7.2. Инновации в управлении персоналом.</p>	<p>Управление персоналом туристского предприятия. Мотивация. Теории мотивации. Потребности, вознаграждения и их виды. Элементы системы мотивации труда. Действия кадровой службы для мотивирования труда на предприятиях туризма. Сущность стимулирования, его виды. Понятие персонала туристского предприятия. Концепция управления персоналом. Функции кадровой службы. Этапы проектирования кадровой политики. Суть процесса подбора персонала. Методы отбора претендентов. Адаптация и ее разновидности. Сущность профессионального развития персонала. Конфликты.</p>
<p>Раздел 8. Разработка стратегий развития туристского бизнеса</p>	
<p>Тема 8.1. Стратегическое</p>	<p>Стратегическое управление туристской организацией. Внешняя среда менеджмента туристского предприятия.</p>

управление туристской организацией.	Внутренняя среда туристского бизнеса. SWOT-анализ конкурентной среды туристской организации. Понятие цели и задач сервисного предприятия. Классификация целей.
Тема 8.2. Разработка стратегии развития туристской организации	Стратегическое и текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма. Содержание и виды планирования деятельности турпредприятия. Понятие плана и его виды. Технология планирования деятельности туристского предприятия. Уровни планирования деятельности туристского предприятия. Структура планирования. Принципы планирования.

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 четко 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. ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ: СУЩНОСТЬ, ОСОБЕННОСТИ.

Тема 1.1 Понятие и сущность экономики впечатлений

Вопросы для самоподготовки.

1. Элементы экономики впечатлений: физические или нематериальные.
2. Концепция экономики впечатлений
3. Факторы, влияющие на востребованность впечатлений

Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений

Вопросы для самоподготовки.

1. Тенденции «макдональдизации» в отрасли туризма и гостеприимства, выражающиеся в принципах эффективности, просчитываемое, предсказуемости и контроля, что выражается в росте индустрии массовых впечатлений - расширении сети тематических парков развлечений, стандартизации услуг туристских дестинаций.
2. Фэшн-отели
3. Массовая персонализация.

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГ ВПЕЧАТЛЕНИЙ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ.

Тема 2.1 Основные определения, понятия, сущность, особенности.

Вопросы для самоподготовки

1. Структура маркетинга в туризме.
2. Особенности маркетинга в туризме.
3. Значение маркетинга в туризме.

Тема 2.2 Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации

Вопросы для самоподготовки.

1. Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке.
2. Ивент.
3. Скидки, тест-драйв, дегустации и т.д.

РАЗДЕЛ 3. ТУРИСТСКИЙ РЫНОК И ЕГО ИЗМЕНЕНИЯ

Тема 3.1 Туристский рынок: характеристики спроса

Вопросы для самоподготовки.

1. Функции туристского рынка
2. Рыночные принципы.

3. Факторы, влияющие на спрос на туристическом рынке

Тема 3.2 Новые модели потребления в экономике впечатлений

Вопросы для самоподготовки.

1. Возбуждающая (возбуждающе-привлекающая)
2. Успокаивающая (привлекающее - успокаивающая)
3. Впечатляющая (недружелюбно-успокаивающая)

РАЗДЕЛ 4. ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС, ПОНЯТИЯ, ФОРМЫ, ОСОБЕННОСТИ

Тема 4.1 Основы бизнеса в туризме, его особенности.

Вопросы для самоподготовки.

1. Организационные формы предпринимательства туристских предприятий.
2. Индивидуальный турбизнес
3. Коллективный турбизнес.

Тема 4.2. Компетенции специалиста туристического бизнеса.

Вопросы для самоподготовки.

1. Общие компетенции специалиста
2. Специальные компетенции специалиста

РАЗДЕЛ 5. ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС И ЕГО РЕЗУЛЬТАТЫ

Тема 5.1 Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности

Вопросы для самоподготовки.

1. Значение туристического бизнеса для экономики страны.
2. Функции туристического бизнеса как единицы хозяйственной деятельности.
3. Экономическая деятельность турбизнеса

Тема 5.2 Туроператоры, турагенты, цели, функции.

Вопросы для самоподготовки.

1. Туроператоры: Цели, функции
2. Турагенты: Цели, функции
3. Особенности туристской деятельности.

РАЗДЕЛ 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИМ БИЗНЕСОМ

Тема 6.1 Основные положения деятельности в туристском бизнесе

Вопросы для самоподготовки.

1. Требования к офису и персоналу туристической фирмы.
2. Этапы создания туристического предприятия
3. Экскурсии или как показать достопримечательности.

Тема 6.2 Особенности управления туристическим бизнесом

Вопросы для самоподготовки.

1. Анализ состояния туристического предприятия.
2. Внешняя и внутренняя среда туристского предприятия.
3. Понятие и виды менеджмента в туризме, его функции.

РАЗДЕЛ 7. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Тема 7.1 Инновации в маркетинге в туризме.

Вопросы для самоподготовки.

1. Структура маркетинга в туризме.
2. Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке.
3. Управление инновациями на туристских предприятиях.

Тема 7.2 Инновации в управлении персоналом.

Вопросы для самоподготовки.

1. Управление персоналом туристского предприятия.
2. Потребности, вознаграждения и их виды.
3. Основные инновационные направления управления персоналом

РАЗДЕЛ 8. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА.

Тема 8.1 Стратегическое управление туристской организацией.

Вопросы для самоподготовки.

1. SWOT-анализ конкурентной среды туристской организации.
2. Развитие стратегического менеджмента.
3. Задачи стратегического менеджмента

Тема 8.2 Разработка стратегии развития туристской организации.

Вопросы для самоподготовки.

1. Теоретические основы стратегии развития туристского предприятия.
2. Сущность и значение стратегии предприятия.
3. Стратегическое и текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма

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

Раздел 1. Экономика впечатлений: сущность, особенности.

Тема 1.1 Понятие и сущность экономики впечатлений.

Сущность термина «экономика»

Термин «**экономика**» произошел от греческих слов: «**oikos**» – дом и «**nomos**» – закон (**oikonomia**) и обозначает «законы дома», т.к. ведение домашнего хозяйства связано с производством каких-либо продуктов и обусловлено определенными правилами (законами), несоблюдение которых, приведет хозяйство к краху

Под **экономикой** понимается способ организации деятельности людей, направленной на создание **благ** или **продуктов** (товаров или услуг), необходимых им для потребления. Такая деятельность людей носит название «**хозяйство**»

Термин «**экономика**» сегодня используется в значениях:

- домохозяйство;
- хозяйство отдельной организации (предприятия, учреждения);
- народное хозяйство страны (его района, региона), включая отдельные отрасли;
- хозяйство групп стран или всего мира (региональная экономика, мировая экономика и пр.)



Источник :

<http://www.myshared.ru/slide/1383366/>

Экономика впечатлений

Впечатления так же разительно отличаются от услуг,
как услуги от товаров

Компании предлагают впечатления тогда, когда они
вовлекают в развивающееся действие покупателей
на личном уровне и стремятся сделать это событие
незабываемым для них



Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор
Экономика впечатлений

Источник : <https://thepresentation.ru/dizayn/dizayner-v-otechestvennomit-biznese-mnogoobrazie-deyatelnosti-nedootsenennye-komponenty-professionalizma-strategiya-rosta>

Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ – ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Особенности впечатления как продукта:

- впечатления **неосязаемы** - а это значит, что репутация поставщика впечатлений имеет чрезвычайную важность.
- впечатления – «**скоропортящийся продукт**», их **нельзя запасти впрок**: если места на представлении остались пустыми, за эту ценность уже никогда нельзя будет получить никакой выручки.
- впечатления являются весьма личными – отсюда их высокая вариабельность.
- «**законченность**» впечатления, в отличие от услуги, крайне низка – впечатление предполагает «изготовление» услуги прямо на глазах у потребителя, причем (что крайне важно!) с его участием. индустрия впечатлений – это не только индустрия развлечений, но и «индустрия вовлечения».
- в отличие от услуги, **впечатление не несет прямой экономической пользы**, его нельзя немедленно «потребить».
- по сравнению с услугами, в индустрии впечатлений еще более **возрастает важность персонала**.
- впечатления **незабываемы**.

На основе идей Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор изложенных в работе «Экономика впечатлений» мы выделяем следующие **перспективные тенденции маркетинга в условиях экономики впечатлений**: персонализация; диалог; театрализация; уход от реальности (виртуальная реальность); эстетика.

Индустрия впечатлений / experience — это не только индустрия развлечений, но и «индустрия вовлечения»!

59

Источник : <https://ppt-online.org/255720>

Раздел 2 Маркетинг впечатлений: основные понятия, инструменты.

Тема 2.1 Основные определения, понятия, сущность, особенности.

Определение и особенности маркетинга впечатлений

Термин переводится дословно с английского языка experiential marketing как эмпирический, практический, основанный на опыте. В его основе – чувства и впечатления потенциальных клиентов, связанных с компанией. Они могут быть позитивными, негативными и нейтральными.

Некоторые эксперты предпочитают использовать формулировку «маркетинг опыта потребителей». Но по сути различия в ключевых особенностях этой маркетинговой стратегии нет.



Техники маркетинга впечатлений фактически помогают бизнесу вызвать у целевой аудитории конкретные эмоции. Как следствие – компании удаётся построить коммуникацию с потенциальными клиентами в желаемом русле. Вызывая чувства радости, страха, грусти и прочие эмоции, маркетинг впечатлений проецирует мнение ЦА на конкретные товары и услуги бренда. Это позволяет создавать максимально прочные и конструктивные отношения.

Источник : <http://www.myshared.ru/slide/1431624/>

5.4. Маркетинг впечатлений

Фирма предлагает своим клиентам новые необычные впечатления:

- собственноручно выловить себе рыбу и увидеть как ее приготовят
- посмотреть как готовят кофе на песке
- побывать на пиратском корабле, на диком западе или в средневековом замке ...

Источник : <https://ppt-online.org/229453>

Тема 2.2 Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации

ЧЕТЫРЕ "P" МАРКЕТИНГА В ЭПОХУ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Product (продукт) экономики впечатлений

это «сэндвич»: товар + услуга + впечатление. Сэндвич экономики впечатлений похож на бутерброд с маслом и икрой: масло представляет собой большую добавленную стоимость, чем хлеб, но тонкий слой икры — еще дороже! Намазывая сверху на «сэндвич» развлечение, обучение, возможность личного участия, самовыражения, развития социальных контактов и навыков (социализация), мы движемся выше и выше по лестнице добавленной стоимости.

Тенденции — *повышение важности дизайна, персонализация* — могут коренным образом поменять вид продукта. Персонализация означает фактический конец массового производства, на смену которому приходит мелкосерийное и индивидуальное.

Price (цена) экономики впечатлений

Вначале экономика впечатлений берет наценку за «икру» (впечатления как добавка к товару или услуге), а затем делает неожиданный шаг: «хлеб» (товар) предоставляется бесплатно! Например, посетителям варьете предоставляется бесплатный ужин — цена, уплачиваемая за развлечение, с лихвой перекрывает себестоимость еды. То же касается бесплатных сувениров и т.д.

Существует хороший **определитель типа бизнеса**. Попробуйте ответить на вопрос, за что вы берете деньги с ваших потребителей. Если за материалы — вы работаете в сырьевом бизнесе. Если за полезные объекты — ваш бизнес товарный. Если за полезные действия — ваш бизнес в сфере услуг. Если же вы в бизнесе впечатлений — **потребитель платит вам за время, проведенное с вами.**

Place (место – бытовая логистика) экономики впечатлений

«Место» (каналы и способы доставки товара/услуги потребителю) также меняется в экономике впечатлений:

- 1) товар/услуга доставляются потребителю туда, куда он хочет, отменяя необходимость куда-то идти;
- 2) возникают концепции «третьего места» (не дом и не офис), где возможно потребление. В свое время на идее «третьего места» сыграла сеть кофеен Starbucks;
- 3) место получения товара или услуги может быть неожиданным для потребителя!

Экономика впечатлений соединяет (порой парадоксальным образом) разные сферы жизни, порождая неологизмы, такие как *infotainment* (информирование и развлечение «в одном флаконе»), *edutainment* (образование и развлечение одновременно) *entershopping* (существует отличный русский перевод — «развлекупки»), *bankogaunt* (банк и в то же время ресторан), *agritainment* (мы бы назвали это «зеленым туризмом») и т.д. И всем этим занимается **dreamketing** (маркетинг мечты)!

60

Источник : <https://ppt-online.org/255720>

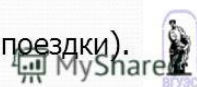
Раздел 3 Туристский рынок и его изменения.

Тема 3.1 Туристский рынок: характеристики спроса

Характеристики спроса на туристские услуги

Особенности спроса на туристские услуги:

- комплексный характер – турист потребляет множество различных услуг и товаров (эффект мультипликатора),
- выраженная сезонность, обусловленная климатическими и социальными факторами,
- чрезвычайная эластичность по отношению к конъюнктуре рынка, уровню цен и доходов,
- зависимость от политической и социально-экономической обстановки как в регионе, порождающем туристов, так и в туристской дестинации;
- отложенный во времени характер (планирование поездки).



Источник: <http://www.myshared.ru/slide/830727/>

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Спрос на путешествия* в определенный туристский регион (V) - это функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения:
- $V = f$ (склонность, сопротивление).
- Математически туристский спрос можно представить как:
$$V = N \times P,$$
- где N – количество потенциальных туристов, желающих воспользоваться поездкой;
- P – средняя цена поездки.

56

Источник : <https://ppt-online.org/650543>

Тема 3.2 Новые модели потребления в экономике впечатлений.

4 области впечатлений*



* B. Joseph Pine II James H. Gilmore
"The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage"

Источник: <https://news.tsu.ru/projects/word-to-the-rector/istoriya-s-geografiej-ekonomika-vpechatleniy-i-budushchiy-kampus-1/>

Раздел 4 Туристический бизнес, понятия, формы, особенности .

Тема 4.1 Основы бизнеса в туризме, его особенности



Источник: <https://ppt-online.org/556832>

Функции предпринимательства в туризме

- ✓ внедрение инноваций в производство туристических услуг и формирование туристского продукта;
- ✓ формирование эффективной системы обеспечения туристической деятельности необходимыми ресурсами;
- ✓ организация маркетинговых исследований и анализа информации с целью определения тенденций, процессов, особенностей внешней среды предприятия и условий его эффективного функционирования на рынке;
- ✓ продвижение и сбыт туристского продукта.



Источник : <https://ppt-online.org/556832>

Тема 4.2 Компетенции специалиста туристического бизнеса.

Специалист по туризму должен обладать:

Общими компетенциями

- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач.
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- Брать на себя ответственность за работу членов команды.
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития.
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Специальными компетенциями

- Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг.
- Информировать потребителя о туристских продуктах.
- Взаимодействовать с туроператором и турагентом по реализации и продвижению туристского продукта.
- Формировать туристский продукт.
- Оказывать визовую поддержку потребителю.
- Контролировать готовность группы к выходу на маршрут.
- Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.
- Контролировать качество обслуживания туристов.
- Рассчитывать стоимость туристского продукта.
- Планировать деятельность подразделения.
- Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
- Оформлять отчетно-планирующую документацию.

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/149175/>

Раздел 5 Туристический бизнес и его результаты.

Тема 5.1 Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности.

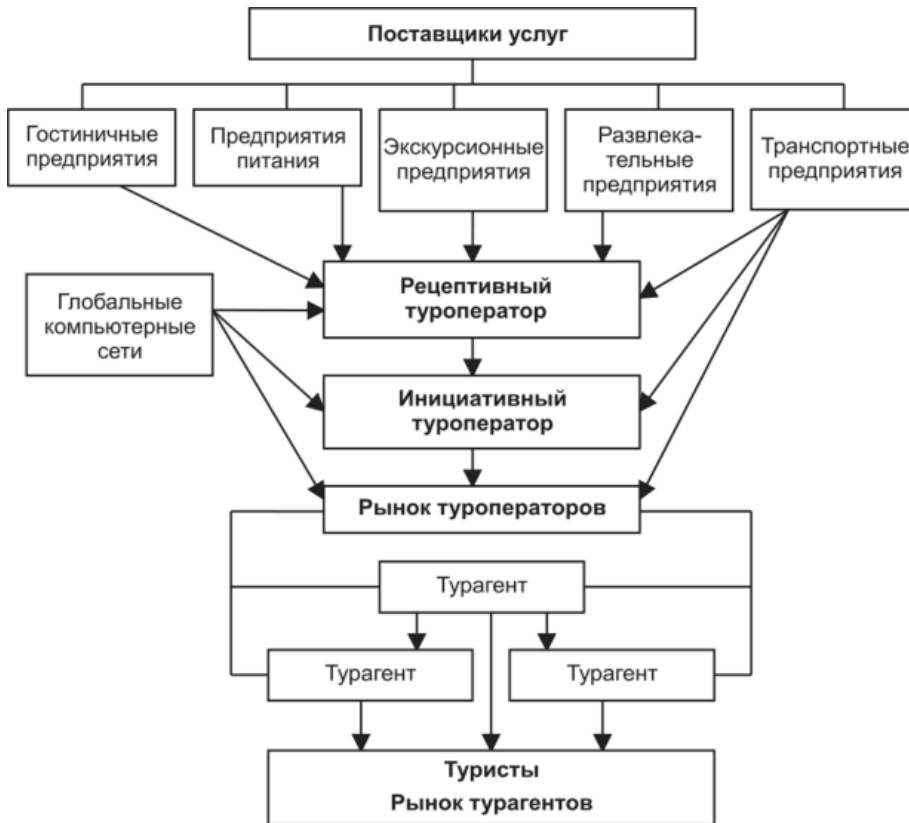


Источник: https://e-notabene.ru/etc/article_23536.html



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%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82-7/>

Тема 5.2 Туроператоры, турагенты, цели, функции.



Источник: https://studref.com/399988/turizm/teoreticheskie_osnovy_turopereytinga



Источник: <https://ozernyi-sochi.ru/thailand/cto-takoe-turoperator-i-turagent-cto-delaut-cem-otlicautsa.html>

Основные различия между туроператором и турагентом

	Туроператор	Турагент
По системе доходов	<ul style="list-style-type: none"> действует как оптовый продавец; покупает некоторый туристский продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи; часто приобретаются отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования 	<ul style="list-style-type: none"> действует как розничный продавец; прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта – 7–15% от стоимости тура; реализует туристский продукт или отдельные услуги (например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг
По принадлежности туристского продукта	имеет запас туристского продукта для продажи	запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент выражает покупательский интерес
Ответственность за качество тура	несет	как правило, не несет

Источники : <https://ozernyi-sochi.ru/thailand/cto-takoe-turoperator-i-turagent-cto-delaut-cem-otlicautsa.html>

Раздел 6 Организация и управление туристическим бизнесом.

Тема 6.1 Основные положения деятельности в туристском бизнесе.

Этапы создания турагентства

- Поиск офиса
- Регистрация юридического лица
- Получение лицензии, гигиенического сертификата
- Сертификация услуги «выездной туризм»
- Регистрация вывески или наружной рекламы
- Разработка товарного знака
- Оборудование офиса, обучение сотрудников
- Ознакомительный тур по усадьбам
- Посещение туристических выставок
- Заключение договоров с тур операторами
- Размещение рекламы в прессе
- Отправка в тур первых клиентов

Источник: <https://present5.com/prezentaciya-turisticheskoe-agentstvo/>

5. Требования, предъявляемые к сотрудникам турфирм

обязательные требования к персоналу турфирм - знание работником:

- ▶ своих должностных обязанностей;
- ▶ нормативно-правовой базы;
- ▶ туристских формальностей;
- ▶ иностранного языка.

Желательные требования:

- наличие специального образования в сфере экономики и менеджмента туризма;
- регулярное повышение квалификации;
- знание материалов международных организаций;
- опыт работы в туризме.

Требования, предъявляемые к руководителям туристских групп:

- наличие специальной подготовки;
- знание порядка оформления финансовых документов;
- владение основами психологии общения с группой;
- знание правил перевозки туристов и багажа;
- знание правил оказания первой медицинской помощи;
- знание иностранного языка.

Источник : <https://dr-web.ru/prezentacii/trebovaniya-predyavlyaemye-k-kachestvu-mebeli.html>

Тема 6.2 Особенности управления туристическим бизнесом.



Рисунок 1- Система стратегического управления организаций туристического бизнеса

Источник: <https://e.120-bal.ru/ekonomika/7832/index.html>

Особенности туристского продукта:

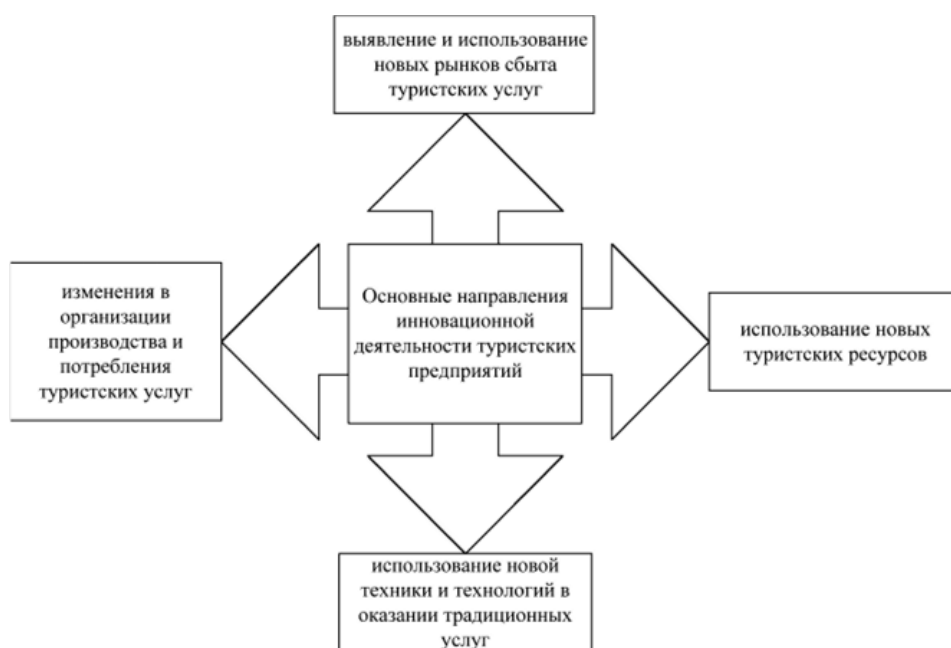
- 1) **Неосязаемость** или **нематериальный характер туристских услуг** означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать или изучить до получения.
- 2) **Неразрывность производства и потребления услуги.** Оказать услугу можно лишь тогда, когда поступает заказ или появляется клиент. Производство и потребление туристских услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны.
- 3) **Изменчивость качества туристских услуг** (сервис в гостиницах, квалификация работников турфирм, индивидуальность потребителя)
- 4) **Стандарт обслуживания** –это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания потребителей, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций (внешний вид персонала, знание персоналом иностранных языков, время, затрачиваемое на оказание услуги)
- 5) **Неспособность к хранению** (транспортные перевозки, ночевки в средствах размещения не могут быть накоплены для дальнейшей продажи)



Источник : <https://www.slideserve.com/philip-donovan/6489554>

Раздел 7 Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе

Тема 7.1 Инновации в маркетинге в туризме.



Источник : https://bstudy.net/693124/turizm/innovatsii_turizme



Источник : <https://xxx-shopping.ru/%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D1%8B-%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5/>

ИТ в туризме

- Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д.
- При этом необходимо отметить, что эта система технологий разворачивается не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы информационных технологий имеет значение для всех остальных частей.

Источник : <https://mavink.com/post/6B7C2D5A81A6B1A973D5BDF72AFA78B9A9AM637DBC>

Инновации в управлении персоналом

- **Управленческие инновации** — целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и организации процесса управления, методов работы системы управления, ориентированное на замену элементов системы управления или системы управления в целом с целью ускорения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач на основе выявления закономерностей и факторов развития инновационных процессов на всех стадиях жизненного цикла продуктов, технологий и предприятия в целом.

Источник : <https://ppt-online.org/370206>

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Основными целями реализации инновационных проектов по организационному обучению являются:

1. Внедрение современной организационной структуры и системы управления.
2. Внедрение современных систем управления организационными знаниями и развитие современных деловых навыков на всех уровнях организации.
3. Формирование единых корпоративных целей и ценностей, развитие корпоративной культуры.
4. Обеспечение устойчивой конкурентоспособности путем повышения эффективности работы персонала.

Инновационные проекты по организационному обучению имеет также ряд серьезных преимуществ:

1. Низкие издержки обучения.
2. Возможность проводить обучение втайне от конкурентов.
3. Повышение общего уровня готовности персонала к изменениям в организации путем постепенного формирования у обучающихся привычки перемен как реализации накопленных в результате обучения знаний.
4. Системность и непрерывность процесса обучения (включая текущий контроль и оценку результатов).
5. Учебный план, разработанный в соответствии с текущими целями и задачами организации.
6. Непосредственность обучения, т. е. внедрение процесса обучения в реальную деятельность данной организации со всеми ее особенностями.
7. «Командообразующая» составляющая процесса обучения.
8. Развитие внутрифирменных коммуникаций.

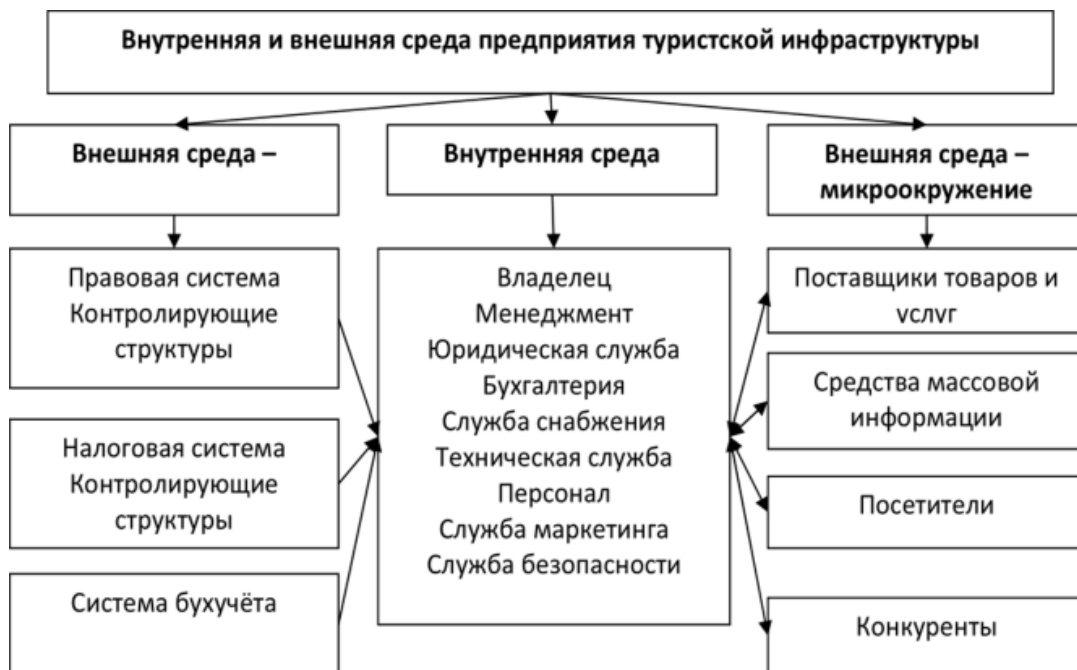
Источник : <https://ppt-online.org/450434>

Раздел 8 Разработка стратегий развития туристского бизнеса.

Тема 8.1 Стратегическое управление туристской организацией.



Источник: https://studref.com/614325/turizm/strategicheskij_menedzhment_infrastruktury_turizma



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskij_menedzhment_infrastruktury_turizma

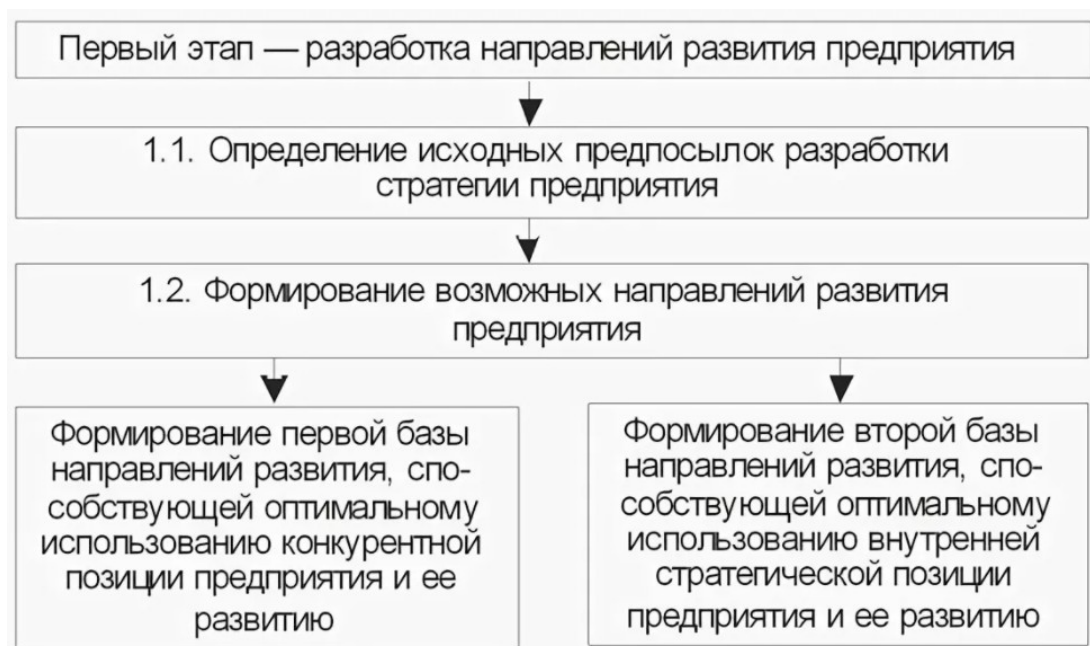
Тема 8.2 Разработка стратегии развития туристской организации



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskiy_menedzhment_infrastruktury_turizma



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskiy_menedzhment_infrastruktury_turizma



Источник : <https://natalibrilenova.ru/razrabotka-strategii-razvitiya-predpriyatiya/>

1.4. Методические материалы по написанию курсовой работы

Написание курсовой работы

Курсовая работа должна содержать следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основную часть, состоящую из двух или трех глав;
- заключение, включающее выводы и описание перспектив дальнейшего развития темы работы;
- список использованных источников;
- приложения (при необходимости);
- справку о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований в системе «Антиплагиат» (результат, необходимый для допуска к защите курсовой работы: **не менее 40% авторского текста**).

Содержание курсовой работы должно соответствовать названию темы.

Курсовая работа должна быть написана с соблюдением норм русского литературного языка. Текст работы должен соответствовать научному стилю речи.

При написании работы от обучающегося требуется корректно использовать научную терминологию, соблюдать логическую последовательность в процессе аргументации.

Объем курсовой работы должен составлять **20–25 страниц текста**. Текст работы печатается через 1,5 интервал (27-30 строк на странице) и через 1 интервал (ссылки и сноски) шрифтом Times New Roman, размером 14 (основной текст), 12 – текст в ссылках, сносках и таблицах. Размер левого поля 30 мм, правого – 10 мм, верхнего и нижнего – по 20 мм. Текст работы выравнивается по ширине.

При исчислении требуемого количества страниц в курсовой работе в её объем не включаются:

- страница с титульным листом;
- страница с «Содержанием»;
- страницы, на которых размещены только иллюстрации, таблицы и относящиеся к ним пояснения;
- приложения.

Содержание (оглавление) должно включать в себя: Введение, Основную часть, Заключение, Список использованных источников и Приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются эти элементы.

Введение должно содержать в себе:

- обоснование актуальности темы курсовой работы;
- изложение цели и задач курсовой работы;
- формулировку объекта и предмета исследования, проводимого в рамках курсовой работы;
- описание методов, применяемых в ходе исследования;
- краткое содержание глав и параграфов, входящих в курсовую работу.

Введение должно быть кратким и занимать 1–2 страницы.

Актуальность темы курсовой работы может быть обоснована через разъяснение её высокой теоретической значимости и практической полезности в контексте современного положения дел в исследуемой области.

Цель курсовой работы должна быть сформулирована кратко и отражать тот результат, которого обучающийся хочет добиться в процессе проводимого им исследования.

Ошибкой в данном случае будет указывать на средства достижения цели, как на саму цель, например: «...провести анализ...», «...исследовать...» и т. п.

Задачи, перечисляемые во *Введении*, должны обозначать те конкретные шаги, посредством которых автор работы намерен достигнуть сформулированной им цели курсовой работы.

В формулировках задач могут быть использованы такие слова, как: «исследовать», «упорядочить», «систематизировать», «раскрыть», «классифицировать», «обобщить», «проанализировать», «уточнить» и т. п.

Формулировка задач курсовой работы определяет содержание её глав и параграфов. Каждый параграф должен заключать в себе выполнение какой-либо из задач, перечисленных во *Введении*. При этом желательно, чтобы количество сформулированных задач соответствовало количеству параграфов. Результаты выполнения задач должны быть кратко описаны в *Заключении*.

Объект исследования – это его заданная область.

Предмет исследования находится в рамках объекта, это те его стороны и свойства, которые непосредственно рассматриваются в данном исследовании. Предмет исследования чаще всего совпадает с определением его темы или очень близок к нему.

Основная часть курсовой работы должна быть разделена на две или три главы, каждая из которых должна быть разбита на параграфы, количеством не менее двух в каждой главе.

При этом необходимо стремиться к равномерному распределению объема материала между разными главами и внутри них – между параграфами.

Каждый компонент Основной части должен быть закончен в смысловом отношении, но в то же время входить в состав курсовой работы как её закономерная составляющая.

Желательно завершать изложение каждой главы формулировкой тех или иных выводов, которые будут связывать по смыслу данную главу со следующей главой.

Излагаемые в тексте курсовой работы теоретические положения тех или иных авторов должны сопровождаться соответствующими ссылками, цитатами, статистическими данными.

Основная часть курсовой работы должна демонстрировать читателю степень знакомства её автора с историей рассматриваемого вопроса, с современным состоянием научных исследований в данной области, с существующими на сегодняшний день эмпирическими данными и научными теориями по избранной проблеме. В ней также должны быть аргументированно и последовательно изложены результаты произведенного автором исследования, даны рекомендации по совершенствованию научных знаний в данной предметной области.

Выдвигаемые автором теоретические положения и выводы должны быть подкреплены данными из справочников, монографий, периодических научных изданий и других источников.

Если в работе используется цифровой материал, то его предпочтительно приводить в форме таблиц. Для наглядности могут быть использованы иллюстративные материалы, такие как рисунки в виде столбчатых и секторных диаграмм, графиков и т. п.

Заключение должно содержать в себе краткое изложение наиболее существенных результатов выполненного исследования. Эти результаты должны быть сформулированы как выводы, соответствующие цели и задачам исследования, описанным во Введении. Объем заключения должен составлять 1–2 страницы.

Список использованных источников должен содержать в себе названия и описание научных статей и публикаций в специальных изданиях (сборниках научных статей вузов, профессиональной периодике и т. п.), монографий, авторефератов диссертаций, статистики, учебников и учебных пособий, если нужно – законодательных и нормативных правовых актов и пр. (в зависимости от предмета исследования конкретной курсовой работы).

Источники в Списке использованных источников компонуются по разделам:

- Нормативно-правовые акты;
- Документы архивов;
- Справочные и статистические издания;
- Учебная литература;
- Научная литература;
- Периодические издания;
- Интернет-ресурсы и т. п.

При оформлении списка использованных источников указываются все основные сведения об издании: фамилия и инициалы автора, название книги, место издания, название издательства и количество страниц. Для статей, опубликованных в периодических изданиях, необходимо указывать наименование издания, номер, год, а также занимаемые страницы.

Внутри разделов источники располагаются в алфавитном порядке: по алфавиту фамилий авторов или заглавий документов.

Количество источников в Списке использованных источников **не должно быть меньше 5 наименований**.

Оценивание курсовой работы

За выполнение курсовой работы начисляется максимум 100 рейтинговых баллов.

Балльно-рейтинговая система оценки курсовой работы (далее – БРСО курсовой работы) включает в себя три вида критериев оценки: формальный, содержательный и презентационный.

Рейтинговый балл за выполнение требований формального критерия складывается из рейтинговых баллов за соблюдение сроков сдачи работы, технической грамотности оформления, грамотности структурирования работы, наличие иллюстрирующего/ расчетного материала, использования современной, зарубежной литературы и др.

Рейтинг курсовой работы по формальному критерию составляет не более 30 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований содержательного критерия складывается из рейтинговых баллов за актуальность темы, сбалансированность разделов работы, правильности формулировки целей и задач исследования, умения использовать методы, делать выводы, объем проанализированной информации, соответствие содержания заявленной теме, степень самостоятельности, наличие элементов исследовательской работы, практическую ценность результатов работы и др.

Рейтинг курсовой работы по содержательному критерию составляет не более 50 рейтинговых баллов.

Рейтинговый балл за выполнение требований презентационного критерия складывается из рейтинговых баллов за умение докладывать и защищать точку зрения, задействовать средства визуализации и мультимедийные технологии организации доклада и др.

Рейтинг курсовой работы по презентационному критерию составляет не более 20 рейтинговых баллов.

Конкретные показатели БРСО курсовой работы формируются выпускающей кафедрой и зависят от специфики курсовой работы.

Результаты оценки по формальному и содержательному критериям формируют текущий рейтинг обучающегося.

Результаты оценки по презентационному критерию формируют рубежный рейтинг обучающегося.

Устанавливается следующая градация перевода рейтинговых баллов обучающихся в систему аттестационных оценок:

Академический рейтинг обучающегося	Аттестационная оценка обучающегося по курсовой работе
85-100	Отлично
75-84	Хорошо
65-74	Удовлетворительно
00-64	Неудовлетворительно

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

«Неудовлетворительно»:

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

Методические материалы по выполнению практического задания

При выполнении практического задания обучающийся придерживается следующего алгоритма:

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

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

Критерии оценки практического задания:

«Отлично» – правильный ответ, дается четкое обоснование принятому решению; рассуждения четкие последовательные логические; используются ссылки на полученные при

изучении дисциплины знания; правильно используются формулы, понятия, процедуры, имеющие прямое отношение к задаче для подтверждения принятого решения.

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

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

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

Для оценки решения ситуационной задачи (аналитического задания):

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

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

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

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

Методические указания для подготовки к промежуточной аттестации.

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

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

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

КОНСПЕКТЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
2. Раздел 1 Экономика впечатлений: сущность, особенности
Тема 1.1 Понятие и сущность экономики впечатлений
3. Цели занятия.
Знать:
Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта
Уметь:
Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов
4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие и сущность инновационной экономики-экономики впечатлений. Роль и значение сферы услуг.	Информационная лекция
2	Предпосылки формирования экономики впечатлений как особого направления сферы услуг.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Общемировые тенденции превращения сферы услуг в доминирующий сектор народного хозяйства. Темпы роста сферы услуг во всех странах мира, темпы роста производственной сферы.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Экономика впечатлений – это модель развития экономики, где центральным звеном является учет желания клиента получать эмоции от покупки товара или услуги. Термин появился в 1999 году после выхода в свет книги «Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие». Эту книгу написали соучредители студии креативного мышления Strategic Horizons LLP Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор. «Экономика впечатлений» быстро стала бестселлером и затем переиздавалась множество раз. Выходу книги предшествовала объемная статья Welcome to the Experience Economy («Добро пожаловать в экономику впечатлений») в Harvard Business Review, которая и легла в основу будущей книги. По большому счету, эта книга – отсылка к общеизвестному изречению «Вся жизнь – театр, а люди в нем – актеры». Только тут данный тезис сформулирован чуть иначе: «В экономике впечатлений бизнес – это сцена, а работа – театр». Таким образом, работники компаний в экономике впечатлений становятся актерами, а их задача – разыграть спектакль для покупателя, клиента, посетителя. И это касается не только индустрии развлечений. Зритель (покупатель, посетитель, клиент) ждет самых разных впечатлений: от покупки нового телефона и нового телевизора, от похода в ресторан и даже просто в магазин, от тест-драйва автомобиля и поездки на курорт. Почему туризм называют экономикой впечатлений? Мы обязательно поговорим об этом чуть позже, а пока нам нужно понять, чем экономика впечатлений отличается от всех предыдущих экономических моделей.

Топ-6 отличительных характеристик впечатления:

- Впечатления невозможно сделать «про запас» – они создаются (или не создаются) «здесь и сейчас». Пустые места в зрительном зале уже никогда не принесут прибыль.
- Впечатления всегда индивидуальны – одно и то же событие, спектакль, концерт произведет на разных людей разное впечатление.
- Впечатления неосозаемы – их невозможно увидеть или потрогать, и практически невозможно заранее предугадать их силу и качество.
- Впечатление не приносит материальной выгоды – его нельзя употребить, как пищу, или надеть, как одежду.
- Впечатление имеет меньшую «законченность» в сравнении с любым другим экономическим предложением: сырьем, товаром, услугой. Оно создается с непосредственным участием потребителя, и его практически невозможно представить в неких исчисляемых единицах.
- Впечатления не имеют ограничений по «сроку годности» – можно годами помнить увлекательную поездку, крутой концерт, встречу одноклассников, свое любимое платье, свой первый автомобиль.

Концепция экономики впечатлений предполагает, что решение приобрести какой-либо товар или воспользоваться какой-либо услугой во многом предопределяется впечатлением, которое ожидает получить человек. И, если его ожидания не оправдываются, магазины и бренды теряют покупателей, клубы и рестораны теряют посетителей, отели теряют туристов.

Почему туризм называют экономикой впечатлений? Как развивается экономика впечатлений в туризме? Для начала скажем, что турист отправляется в путешествие, прежде всего, за впечатлениями. Кто-то, возможно, возразит, что лично он любит посещать музеи в разных странах. Однако это и есть поход за впечатлениями. Собственно информацию о произведениях искусства любой эпохи можно найти в Интернете, а большинство экскурсий для массового туриста редко выходит за рамки сведений из Википедии. С появлением 3D-туров по различным музеям мира знакомство с экспозицией упростилось до наличия выхода в Интернет и времени, чтобы спокойно рассмотреть экспонаты со всех сторон. Однако личное впечатление можно получить только в процессе личного посещения музея, поэтому такой «музейный» туризм – это все равно «про впечатления». Примерно таким же образом обстоят дела и с отелями. Получив однажды хорошее впечатление от пребывания в каком-то отеле, многие в следующий визит бронируют номер именно там, даже не изучая никакие другие предложения по региону. Причем это касается как отелей в курортной зоне, так и гостиниц в мегаполисах, являющихся центрами деловой жизни. Отельный бизнес давно понял, что его успех и конкурентоспособность зиждутся именно на впечатлениях. В статье «Экономика впечатлений: как отели ловят туристов на крючок» подробно расписаны основные способы, как отели привлекают туристов, обещая им незабываемые впечатления. Среди популярных уловок – фэшн-отели, оформление номеров по мотивам какого-либо фильма или сериала, возможность «пообщаться» с экзотическими животными. Беспроигрышный вариант – предложить постояльцу поселиться в том же номере, где останавливалась какая-либо знаменитость. Например, певец или актер, приезжавший на гастроли. Так работает массовая персонализация, когда предложение само по себе является массовым (отель, курорт, ресторан, прочее), однако человек получает возможность почувствовать особое к себе отношение, ощутить свою принадлежность к элите хотя бы ненадолго. Можно сказать, что массовая персонализация – это краеугольный камень экономики впечатлений. Контекстная реклама, e-mail-рассылки, лента новостей в соц. сетях, «заточенная» под ваши интересы и запросы – это все элементы массовой персонализации, и это все работает на экономику впечатлений.

Вопросы к обсуждению:

1. Элементы экономики впечатлений: физические или нематериальные.
2. Концепция экономики впечатлений
3. Факторы, влияющие на востребованность впечатлений

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 1 Экономика впечатлений: сущность, особенности

Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика желаний, экономика развлечений).	Информационная лекция
2	Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений. Генезис экономики ощущений.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Изучение синонимичных названий экономики впечатлений может быть полезным, чтобы понять важность такого типа бизнеса в современном мире. Сенсорная экономика (или экономика восприятия) — это направление в экономике, которое обращает особое внимание на восприятие потребителей продукта или услуги, а также на их эмоциональный опыт в ходе использования продукта или услуги. Она исходит из того, что потребители часто покупают не только конкретный продукт или услугу, но и впечатления, связанные с их использованием. В сенсорной экономике расширяются возможности создания так называемых «потребительских путешествий», которые учитывают восприятие всех чувств – зрительного, слухового, обонятельного, тактильного и даже вкусового. Таким образом, важны не только функциональные характеристики продукта, но и его эстетические качества, уникальный дизайн, контекст использования и т.д. Основная идея сенсорной экономики – удовлетворение потребностей потребителей не только через предоставление товаров и услуг, но и создание положительных эмоциональных впечатлений, которые будут сохраняться в памяти потребителей на долгое время.

Эмоциональная экономика - это область знаний, исследующая взаимосвязь между человеческими эмоциями и поведением потребителей в экономической сфере. Эта наука изучает, как эмоции влияют на принятие решений о покупке, продаже, инвестировании и потребительском поведении в целом. Эмоциональная экономика использует методы психологии, экономики, социологии и маркетинга для изучения поведения потребителей и определения, как различные факторы могут повлиять на эмоции и решения в области экономики. Понимание эмоциональных факторов, влияющих на решения потребителей, может помочь компаниям создавать более эффективные маркетинговые кампании и сделки, а также более точно предсказывать спрос на товары и услуги.

Экономика желаний - это концепция, которая отражает переход от традиционной экономической модели, ориентированной на удовлетворение первоочередных потребностей, к экономическому подходу, основанному на удовлетворении желаний и предпочтений людей. В рамках экономики желаний акцент смещается с производства товаров и услуг на их потребление, причем основным стимулом для потребления выступает удовлетворение нужд и желаний, которые могут быть как материального, так и эстетического, культурного или социального характера. Экономика желаний базируется на идее, что люди не просто покупают товары и услуги, которые им необходимы для выживания и комфортного существования, но и ищут уникальные и особенные предметы, которые могут удовлетворить их личные потребности и предпочтения. Такой подход в экономической теории и практике позволяет более точно распределить скромные ресурсы для лучшего удовлетворения запросов потребителей и обеспечения устойчивого экономического роста.

Одним из проявлений высшей нервной деятельности человека являются эмоции. Они представляются собой реакции организма на воздействие внешних и внутренних раздражителей, имеющие ярко выраженную субъективную окраску и охватывающие все виды чувствительности.

Эмоция (от лат. «emovere» – возбуждать, волновать) – особая форма психического отражения, которая в форме непосредственного переживания отражает не объективное явление, а субъективное к нему отношение. Эмоции (например, гнев, страх, радость) принято отличать от общих ощущений (таких, например, как голод, жажда). Возникновение общих ощущений связано с возбуждением определенных рецепторов, а эмоции не имеют собственных рецептивных полей. Такие субъективные переживания, как страх или гнев трудно связать с определёнными рецепторами, поэтому они обозначаются не как ощущения, а как эмоции. Другая причина, по которой эмоции противопоставляются общим ощущениям, состоит в их нерегулярном, спонтанном возникновении. Но эмоции и общие ощущения возникают в составе мотивации как отражение состояния внутренней среды, поэтому их разделение достаточно условно. Следует также заметить, что не все субъективные переживания относятся к эмоциям.

По классификации эмоциональных явлений А.Н.Леонтьева, различают следующие виды эмоциональных процессов: аффекты, собственно эмоции и предметные чувства.

Аффекты – это сильные и относительно кратковременные эмоциональные переживания, сопровождающиеся резко выраженными вегетативными и соматическими проявлениями. Отличительной особенностью аффектов является то, что они проявляются в ответ на уже фактически возникшую ситуацию.

Собственно эмоции – длительные состояния, иногда лишь слабо проявляющееся во внешнем поведении. Они выражают оценочное личностное отношение к складывающейся или возможной ситуации, поэтому способны, в отличие от аффектов, предвосхищать ситуации и события, которые реально еще не наступили. Собственно эмоции возникают на основе представлений о пережитых или воображаемых ситуациях.

Предметные чувства возникают как специфическое обобщение эмоций и связаны с представлением или идеей о некотором объекте, конкретном или отвлеченном (например, чувство любви к человеку, к родине, чувство ненависти к врагу). Предметные чувства выражают устойчивые эмоциональные отношения.

По критерию длительности эмоциональных проявлений выделяют, во-первых, эмоциональный фон (или эмоциональное состояние), во-вторых, эмоциональное реагирование. Указанные два класса эмоциональных явлений подчиняются разным закономерностям. Эмоциональное

состояние в большей степени отражает общее отношение человека к окружающей ситуации, к себе самому и связано с его личностными характеристиками, а эмоциональное реагирование – это кратковременный эмоциональный ответ на то или иное воздействие, имеющий ситуационный характер.

Функции эмоций

Исследователи, отвечая на вопрос о том, какую роль играют эмоции в жизнедеятельности живых существ, выделяют следующие функции эмоций: отражательную (оценочную), побуждающую, подкрепляющую, переключательную, коммуникативную.

Отражательная, или оценочная функция выражается в обобщенной оценке событий, что позволяет оценить полезность или вредность воздействующих на организм факторов и реагировать прежде, чем будет определена локализация вредного воздействия. Приспособительная роль этого механизма заключается в немедленной реакции на внезапное воздействие внешнего раздражителя, поскольку эмоциональное состояние мгновенно вызывает ярко выраженное переживание определенной окраски. Это приводит к моментальной мобилизации всех систем организма для ответной реакции, характер которой зависит от того, сигналом полезного или вредного воздействия на организм служит данный раздражитель.

Для разных эмоций оценочная функция свойственна в неодинаковой степени. Она более выражена для таких переживаний, как гнев, ненависть, стыд, и менее характерна для удовольствия, радости, скуки и страдания, так как не всегда удается определить их причины.

Побуждающая функция связана с тем, что эмоции побуждают организм к поиску решения задачи или удовлетворения потребностей. Эмоциональное переживание содержит образ предмета удовлетворения потребности и пристрастное отношение к нему, что и побуждает человека к действию.

Подкрепляющая функция отражает участие эмоций в процессах обучения и накопления опыта. Возникающие в результате взаимодействия со средой положительные эмоции способствуют накоплению полезных навыков и действий, а отрицательные эмоции заставляют уклоняться от вредных факторов.

Переключательная функция особенно ярко обнаруживается при конкуренции мотивов, в результате которой определяется доминирующая потребность. Наиболее ярко эта функция проявляется в экстремальных ситуациях, когда мобилизуются резервные возможности организма и его физиологическая активность переключается на аварийный режим.

Коммуникативная функция позволяет человеку передавать свои переживания другим людям; проявляется в словах, интонациях, мимике, жестах, позах, движениях, которые являются средством сообщения эмоций.

Физиологическое выражение эмоций

Состояние эмоционального напряжения сопровождается существенными изменениями функций ряда органов и систем, охватывающими организм. Эти изменения функций бывают столь интенсивными, что представляются подлинной «вегетативной бурей». Однако в этой «буре» есть определенный порядок. Эмоции вовлекают в усиленную деятельность лишь те органы и системы, которые обеспечивают лучшее взаимодействие организма с окружающей средой. Возникает резкое возбуждение симпатической части вегетативной нервной системы. В кровь поступает значительное количество адреналина, усиливается работа сердца и повышается ар-

териальное давление, растет газообмен, расширяются бронхи, увеличивается интенсивность окислительных и энергетических процессов в организме.

Резко изменяется характер деятельности скелетных мышц. Если в обычных условиях отдельные группы мышечных волокон включаются в работу поочередно, то в состоянии эмоционального напряжения они могут включаться одновременно. Кроме того, блокируются процессы, тормозящие мышечную деятельность при утомлении. Нечто подобное происходит в других системах организма, благодаря чему эмоциональное возбуждение мгновенно мобилизует все имеющиеся у организма резервы.

Одновременно угнетаются реакции и функции организма, которые в данный момент не являются жизненно необходимыми. В частности, тормозятся функции, связанные с процессами накопления, ассимиляции энергии, возрастают процессы диссимиляции, предоставляя организму необходимые энергетические ресурсы.

При проявлении эмоций изменяется субъективное состояние человека. Более тонко работает интеллектуальная сфера, память, особенно четко воспринимаются воздействия окружающей среды.

При всем многообразии проявлений эмоций в них можно выделить три основных компонента – соматический, вегетативный и субъективное переживание.

Соматический, или двигательный компонент формирует внешнее выражение эмоций, которое проявляется в двигательных реакциях (мимике, жестах, позах) и в уровне тонического напряжения мышц. Эти реакции настолько информативны, что рассматриваются как один из каналов коммуникативной функции, который не утратил своей значимости и для человека, обладающего вербальной коммуникацией. Вместе с тем данные проявления в наибольшей степени подвержены произвольному контролю. Для большинства людей не представляет больших трудностей подавить (или наоборот – имитировать) те или иные двигательные проявления. С большим трудом поддается контролю и коррекции речевой компонент (тембр, громкость, скорость и, тем более, смысловая составляющая речи). Голос человека является одним из наиболее чувствительных индикаторов эмоционального состояния. Во многих случаях внешнее выражение эмоций определяется социальными стереотипами поведения.

Вегетативный, или висцеральный компонент обусловлен изменениями активности симпатического и парасимпатического отделов вегетативной нервной системы, что обеспечивает готовность всех внутренних органов к предстоящей реакции организма. Вегетативные проявления эмоции весьма разнообразны: изменение электрического сопротивления кожи, частоты сердечных сокращений, кровяного давления, температуры кожи, гормонального и химического состава крови, расширение и сужение сосудов и другие реакции. Эти изменения вторично влияют на состояние психики. Вегетативный компонент характеризуется низкой управляемостью и практически не поддается контролю сознания.

Субъективные переживания – компонент, объективная оценка которого наиболее затруднительна, но для человека она в то же время и наиболее существенна. Это стержневая основа описываемого явления. Будучи по своему генезу первичным или вторичным звеном, причиной или следствием, субъективные переживания представляют высший уровень комплексной реакции человека. Вместе с тем этот компонент без специального обучения плохо поддается контролю и управлению.

Взаимодействие с аудиторией:

1.Тенденции «макдональдизации» в отрасли туризма и гостеприимства, выражающиеся в принципах эффективности, просчитываемое, предсказуемости и контроля , что выражается в росте индустрии массовых впечатлений - расширении сети тематических парков развлечений, стандартизации услуг туристских дестинаций.

2.Фэшн-отели

3.Массовая персонализация.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 2 Маркетинг впечатлений: основные понятия, инструменты.

Тема 2.1 Основные определения, понятия, сущность, особенности.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения , цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Маркетинг экономики впечатлений. Общество мечты как пространство для развития новых рынков: рынка приключений; рынка духовной близости, дружбы и любви; рынка заботы; рынка «кто-Я-Такой»; рынка душевного покоя; рынка убеждений.	Информационная лекция
2	Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа. Системы и фрагменты потребительского поведения.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Символы и смыслы экономики впечатлений. Особенности символического потребления.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Маркетинг экономики впечатлений (Experience economy marketing) – это концепция маркетинга, которая сосредоточена на создании и продаже неопределимых впечатлений и эмоций, которые потребители испытывают в процессе использования товаров и услуг. Вместо традиционной концепции товаров и услуг, потребители желают приобретать нечто более ценное – уникальный и незабываемый опыт.

Для достижения успеха в экономике впечатлений необходимо учитывать следующие факторы:

1. Стремление к персонализированным услугам. Постоянно растущее желание потребителей получить уникальный опыт.

2. Удовлетворение потребительских потребностей. Потребности потребителей становятся все более разнообразными, что требует маркетологов находить новые способы их удовлетворения.

3. Создание уникальных эмоций. Потребительский опыт должен быть незабываемым, чтобы потребители хотели делиться им со своими друзьями и знакомыми.

4. Интеграция технологий. Маркетологи должны быть в курсе новых технологий и использовать их для создания инновационных товаров и услуг.

В целом, маркетинг экономики впечатлений становится все более популярным, так как потребители становятся более и более привередливыми и требовательными. Компании, которые успешно внедряют эту концепцию, будут наиболее успешными на рынке в будущем.

Инструменты маркетинга впечатлений относятся к такой стратегии маркетинга, которая направлена на создание положительных эмоций и впечатлений у потенциальных и текущих клиентов. В этом подходе используются различные инструменты, включая:

1. Экспериментальный маркетинг – это стратегия, которая направлена на создание впечатлений у потенциальных клиентов путем предоставления им возможности испытать продукт или услугу. Например, бесплатные пробники, демонстрационные модели, бесплатные пробные периоды и т.д.

2. Подбор персонала – компании могут нанимать специализированных людей для создания определенных впечатлений у клиентов. Например, бармены, сомелье, продавцы, предоставляющие обслуживание высшего качества, приятно тратить время с ними.

3. Постоянное обучение и обратная связь – компании должны постоянно обучать своих сотрудников, чтобы они могли соответствовать высоким потребностям клиентов. Кроме того, это помогает компаниям получать обратную связь от клиентов и использовать ее для улучшения качества продукта или услуги.

Маркетинговые коммуникации в Интернете и новых медиа – это совокупность методов и средств, используемых компаниями для продвижения своих продуктов или услуг в Интернете и новых медиа. Этот подход включает в себя использование таких инструментов, как:

1. Сайты – разработка и продвижение сайта компании, чтобы привлекать клиентов и предоставлять им информацию о продукте или услугах.

2. Социальные медиа – использование социальных медиа (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn и т.д.) для создания сообщества клиентов и продвижения продукта или услуги.

3. Баннеры и контекстная реклама – использование рекламных баннеров и контекстной рекламы для увеличения числа посетителей на сайте компании и привлечения клиентов.

4. Email-маркетинг – использование электронной почты для коммуникации с клиентами и продвижения продукта или услуги.

5. Видео-маркетинг – использование видеороликов для продвижения продукта или услуги на популярных видео-платформах, таких как YouTube.

Эти инструменты маркетинга помогают компаниям достигать своих целей и привлекать новых клиентов в онлайн и офлайн средах.

Экономика впечатлений - это концепция, которая описывает продукты и услуги, которые не только удовлетворяют потребности потребителей, но и предлагают им эмоциональный опыт взаимодействия с брендом или компанией. Символы и смыслы этой концепции могут варьироваться в зависимости от товара или услуги, бренда и рынка, но в целом связаны с созданием у потребителя чувства принадлежности и удовлетворения.

Одним из главных символов экономики впечатлений является бренд. Бренд представляет собой совокупность восприятий, убеждений и ассоциаций, образующихся в умах потребителей в результате взаимодействия с компанией или ее продуктами. Бренд может быть как положительным, так и отрицательным, его имидж формируется через взаимодействие с рынком, акции бренда, коммуникации и рекламы, отзывов потребителей, медиа и других факторов.

Смыслы в экономике впечатлений также могут быть связаны с формулировкой ценностей бренда и обещаниями, которые он делает своим потребителям. В современном мире многие компании делают ставку на благотворительность, экологическую активность и социальную ответственность, что позволяет создавать сильные связи с потребителями и формировать у них эмоциональные связи с брендом.

Также в экономике впечатлений очень важными символами являются качество продукта и обслуживание клиентов. Потребители всегда оценивают качество и работу продукта, а также эмоциональное взаимодействие с компанией при покупке товаров или услуг.

В целом, все символы и смыслы экономики впечатлений направлены на удовлетворение потребностей потребителя и создание положительных эмоций и впечатлений. Маркетинговые и рекламные кампании, социальные программы и благотворительная работа компаний - все это является инструментом для создания сильных связей с потребителями и установления долгосрочных отношений.

Взаимодействие с аудиторией

1. Структура маркетинга в туризме.
2. Особенности маркетинга в туризме.
3. Значение маркетинга в туризме.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 3 Туристский рынок и его изменения

Тема 3.1 Туристский рынок: характеристики спроса

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Традиционное отраслевое деление и инновационное деление рынков. Сегментация на рынках мечты (синглтоны, инфанты, активисты).	Информационная лекция
2	Психовозрастные категории заявленных сегментов рынков. Конфликт и точки соприкосновения физического и эмоционального продукта. Символы как базовые компоненты эмоциональных туристских продуктов.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Виртуализация рынков. Инновационные технологии в продвижении эмоциональных рынков.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Традиционное отраслевое деление рынков предполагает классификацию товаров и услуг по отраслям и секторам экономики. Такое деление применяется для анализа конкурентной ситуации и определения стратегии компании на основе ее позиции в отрасли. Данный подход к делению рынков основан на структурировании рынка в соответствии с отраслевой принадлежностью продукции и услуг.

Инновационное деление рынков направлено на классификацию рынков по уровню инноваций и новаторства. Этот подход определяет рынки на основе степени новизны продуктов и услуг, предложенных компаниями.

Для компаний, работающих в отраслевых рынках, важно следить за изменениями в отрасли, анализировать конкурентную среду и разрабатывать стратегии, основанные на отраслевой динамике. Также компании должны учитывать и новые тенденции и развитие технологий, чтобы приспособиться к быстро меняющейся рыночной ситуации.

Для компаний, работающих на инновационных рынках, важно следить за последними технологиями и тенденциями и создавать инновационные продукты и услуги. Компании,

которые успешно эксплуатируют эти рынки, должны иметь гибкий бизнес-план и быть готовыми к быстрым изменениям, чтобы удерживать лидерство в новых технологиях.

Переход от традиционного отраслевого деления к инновационному делению рынков является непредсказуемым процессом, и может происходить либо плавно, либо неожиданно. Компании должны грамотно использовать оба подхода и адаптироваться к быстро меняющейся рыночной ситуации, чтобы поддерживать свою конкурентоспособность.

Сегментация на рынках мечты – это модель, которая описывает основные группы потребителей по степени увлечения их мечтами и фантазиями в покупках. Среди таких сегментов можно выделить несколько групп, включая синглтонов, инфантов и активистов.

1. Синглтоны (англ. singleton) – это сегмент потребителей, которые не имеют постоянных отношений, не семейны и не женаты/не замужем. Они предпочитают понятие независимости и свободы перед сохранением стабильности в отношениях. Такие потребители обычно выбирают товары и услуги, которые облегчают их активный образ жизни, например, технологии, развлечения и путешествия.

2. Инфанты (англ. infants) – это сегмент потребителей, которые еще только начинают свой путь в мире потребления. Обычно это молодые потребители, кто только начал работать и не имеет большого опыта покупок. Они обычно склонны к покупке товаров для ухода за собой, обучения и развлечений.

3. Активисты (англ. activists) – это сегмент потребителей, которые стремятся ко внедрению социальных и экологических аспектов в свое потребительское поведение. Они предъявляют больше требований к покупке экологически чистых товаров и услуг, отдавая предпочтение компаниям, которые следят за своим воздействием на окружающую среду и общество.

Переход от традиционной массовости потребления к более индивидуализированному подходу часто проводится смещением потребительских мотиваций с внешних на внутренние. Это означает, что потребители больше не ориентируются на глобальные тенденции и мнения других людей, а следуют своим собственным мечтам и внутренним потребностям. Таким образом, переход к маркетингу мечты предполагает более гибкую стратегию маркетинга, нацеленную на выявление индивидуальных потребностей каждого потребителя и создание персонализированных предложений.

Конфликт между физическим и эмоциональным продуктом может возникнуть, когда они представляют разные ценности для потребителя. Например, физический продукт может быть высокого качества и иметь привлекательный дизайн, но если потребитель не чувствует эмоциональной связи с ним, он может не заинтересоваться покупкой.

С другой стороны, эмоциональный продукт может быть очень притягательным, например, он может быть связан с определенными эмоциями или чувствами, которые видит потребитель, но если его физический вид не соответствует ожиданиям потребителя, он может отказаться от покупки.

Однако, существует и точка соприкосновения, когда физический и эмоциональный продукты сочетаются в идеальном балансе, удовлетворяя потребности потребителя полностью. В таком случае физический продукт может стать символом для эмоций, которые он вызывает, и это остановит выбор на покупке именно его.

Символы могут быть ключевыми компонентами эмоциональных туристических продуктов, поскольку они могут создавать ассоциации и вызывать определенные эмоции у потенциальных путешественников.

Например, символом Парижа является Эйфелева башня, которая ассоциируется с романтикой, историей и престижем. Также символами Парижа могут быть Елисейские поля, площадь Конкорд, Нотр-Дам де Пари и многие другие.

Символом Греции являются древние руины Акрополя и Парфенон, которые ассоциируются с историей и культурой. Символом Италии является Колизей, Ватикан, собор Милана и другие достопримечательности, которые также ассоциируются с историей, культурой и искусством.

Эти символы могут использоваться туроператорами для создания эмоциональных туристических продуктов, которые будут удовлетворять потребности и ожидания

путешественников. Например, путешествие в Париж может включать посещение всех символов города, чтобы создать полное впечатление об этом знаменитом городе.

Виртуализация рынков - это процесс создания виртуальной среды для торговли финансовыми инструментами, например, акциями, валютами, товарными фьючерсами и т.д. В рамках виртуализации рынков, финансовые инструменты торгуются на электронных платформах, что позволяет инвесторам и трейдерам торговать более быстро, эффективно и точно.

Одним из примеров виртуализации рынков является торговая платформа NASDAQ, на которой торгуются акции технологических компаний. Благодаря виртуализации, инвесторы могут совершать сделки не только в режиме реального времени, но и в течение 24 часов в сутки, 7 дней в неделю.

Виртуализация рынков также позволяет улучшить прозрачность рынка и уменьшить возможность манипуляций. Например, благодаря виртуальному отображению торговых заявок, инвесторы могут получить более точную информацию о спросе и предложении на рынке.

В целом, виртуализация рынков - это инновационный процесс, который улучшает качество торговли и повышает эффективность взаимодействия продавцов и покупателей.

Вопросы к обсуждению:

1. Функции туристского рынка
2. Рыночные принципы.
3. Факторы, влияющие на спрос на туристическом рынке

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 3 Туристский рынок и его изменения

Тема 3.2 Новые модели потребления в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии производства услуг в экономике ощущений. Моделирование господствующей атмосферы услугowego комплекса.	Информационная лекция
2	Четыре модели господствующей атмосферы.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Методика составления эмоциональных бренда туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В экономике ощущений технологии производства услуг имеют решающее значение, поскольку в этом секторе предприятия предоставляют услуги, которые связаны с удовлетворением потребностей в различных ощущениях, таких как комфорт, релаксация, развлечение и т.д.

Одной из главных технологий производства услуг в экономике ощущений является технология персонализации. Эта технология позволяет предоставлять услуги, которые соответствуют индивидуальным потребностям каждого клиента. Это может быть достигнуто благодаря сбору информации о предпочтениях, поведении и других персональных данных клиента. Например, спа-центр может предоставить персонализированные услуги для каждого клиента, учитывая его тип кожи, желаемый аромат и т.д.

Еще одной важной технологией производства услуг в экономике ощущений является технология виртуальной реальности. Эта технология позволяет клиентам погрузиться в альтернативное окружение, которое может породить определенные ощущения. Такие услуги могут быть предоставлены различными организациями, например, игровыми компаниями, кинотеатрами, парками развлечений и т.д.

Технология цифровой трансформации также играет важную роль в экономике ощущений. Она позволяет сократить время, затраченное на производство услуг, а также улучшить качество этих услуг. Например, приложения для онлайн-бронирования номеров в отелях или заказа услуг такси оказываются намного более удобными, чем традиционные методы.

Таким образом, используя различные технологии, предприятия экономики ощущений могут предложить эффективные и персонализированные услуги, дополнительно усиливая ощущения удовольствия и комфорта, получаемые клиентами.

Составление эмоционального бренда туристической дестинации является сложным процессом, который должен учитывать особенности восприятия различных возрастных категорий и социальных сегментов потенциальных туристов. Ниже представлена методика составления эмоционального бренда, основанная на психологическом анализе целевой аудитории.

Шаг 1: Определение целевой аудитории

Первый шаг при разработке эмоционального бренда – определение целевой аудитории. В случае туристической дестинации целевой аудиторией могут быть люди различной возрастной категории, социального положения и интересов. На этом этапе необходимо провести анализ сегментов целевой аудитории, чтобы определить их основные потребности и предпочтения.

Шаг 2: Анализ психологических особенностей целевой аудитории

На втором шаге необходимо проанализировать психологические особенности целевой аудитории. Например, молодежь может быть более склонной к экстремальным видам отдыха, а пожилые люди – к спокойным экскурсиям и культурным мероприятиям. Также необходимо учитывать социальный статус, образ жизни и интересы целевой аудитории.

Шаг 3: Выявление эмоциональных потребностей целевой аудитории

На третьем шаге необходимо выявить эмоциональные потребности соответствующих сегментов целевой аудитории. Например, молодежь может быть склонна к приключениям и адреналину, а пожилые люди – к умиротворению и комфорту. Это позволит выделить основные эмоциональные составляющие бренда туристической дестинации.

Шаг 4: Создание концепции бренда

На четвертом шаге необходимо создать концепцию бренда, которая отражает основные эмоциональные составляющие. Ключевой задачей здесь является выразительность концепции, чтобы она оставалась в памяти потенциальных туристов и вызывала у них хорошие эмоции.

Шаг 5: Продвижение бренда

На последнем шаге следует продвигать бренд туристической дестинации с помощью различных маркетинговых инструментов и каналов коммуникации. Определяя каналы продвижения бренда, необходимо учитывать предпочтения целевой аудитории и рассматривать различные форматы рекламы, например, контент-маркетинг, социальные медиа, печатные издания и т.д.

Важно понимать, что эмоциональный бренд туристической дестинации должен создаваться с учетом именно эмоциональных потребностей целевой аудитории. В результате

успешного выполнения этой методики туризм продвигается как неотъемлемая часть эмоциональной жизни человека, что повышает его привлекательность и конкурентоспособность на рынке.

Вопросы к обсуждению:

1. возбуждающая (возбуждающе-привлекающая)
2. успокаивающая (привлекающее - успокаивающая)
3. впечатляющая (недружелюбно-успокаивающая)

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
 2. Раздел 4 Туристический бизнес, понятия, формы, особенности
 - Тема 4.1 Основы бизнеса в туризме, его особенности

3. Цели занятия.

Знать: Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туризм как бизнес. Основные понятия и особенности туризма.	Информационная лекция
2	Структура индустрии туризма. Факторы и ресурсы туризма, туристическая нагрузка. Классификация видов туризма и их особенности.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Новые стратегические приоритеты тенденции тур бизнеса как часть экономики впечатлений. Технологии производства услуг в экономике.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туризм - это отрасль экономики, связанная с поездками людей в другие места для отдыха, развлечения, знакомства с культурой и историей различных регионов и стран. Туризм также может быть связан с деловой поездкой или учебой.

Основные понятия и термины, связанные с туризмом:

1. Турист – человек, который путешествует в другой регион или страну.
2. Туристический продукт – совокупность услуг и продуктов, предоставляемых для туристов в той или иной форме, такие как транспорт, размещение, экскурсии, питание, развлечения и т.д.
3. Туристический поток – объем туристов, приехавших в определенный регион или страну за определенный период времени.
4. Туристические ресурсы – всевозможные объекты, которые могут привлечь туристов, такие как природа, исторические памятники, архитектура, культурные и развлекательные мероприятия.

Особенности туризма:

1. Неопределенность – туризм связан с риском и неопределенностью, так как невозможно предсказать результат поездки и предвидеть все возможные ситуации.
2. Сезонность – туризм сильно зависит от сезонности, где пик посещения различных регионов и стран происходит в определенные периоды года.
3. Разнообразие форм – туризм может быть организован как групповой, так и индивидуальный, а также комбинированные туры, когда в одной поездке сочетаются различные виды отдыха.
4. Влияние на экономику – туризм является важной отраслью экономики, которая влияет на местное развитие, привлекает инвестиции, создает рабочие места и способствует росту доходов.

Структура индустрии туризма состоит из нескольких элементов, которые взаимодействуют друг с другом:

1. Транспортировка: авиалинии, автобусные компании, железные дороги, судовладельцы.
2. Развлечения и отдых: отели, курорты, гостиницы, рестораны, парки, аквапарки, зоопарки и другие площадки.
3. Туристические агентства: организация туров, бронирование билетов и отелей, продажа авиабилетов, распространение информации о достопримечательностях.
4. Туристический транспорт: автобусы, лимузины, ретро-автомобили, вертолеты, самолеты и другое.
5. Туристические достопримечательности: музеи, замки, парки, памятники природы, археологические объекты и другие.
6. Информационные системы: Интернет-сайты, гиды, карты, мультимедиа.

Факторы и ресурсы туризма:

1. Культурное наследие и история страны.
2. Чистый воздух, экологически чистые территории и продукты питания.
3. Виды спорта, доступные для туристов (горные лыжи, серфинг и другие).
4. Климатические условия, достопримечательности и развлечения.
5. Туристическая инфраструктура: отели, кемпинги, рестораны, магазины.
6. Технологии и системы информирования: Интернет, мобильные телефоны, аудиогиды.
7. Работа кадров и предоставление услуг: качество обслуживания и удобство для туристов, квалификация и желание работать в сфере туризма.

Классификация видов туризма и их особенности.

1. **Пляжный туризм** – это путешествие на морской или океанский пляж для отдыха и занятий водными видами спорта.
2. **Горнолыжный туризм** – это поездка в горы, для занятия горнолыжным спортом или снегоходными прогулками.
3. **Культурный туризм** – поездка для знакомства с культурными историческими достопримечательностями – музеями, архитектурными памятниками, театрами, опера и т.д.
4. **Экологический туризм** – В поиске доступа к природе Чистые воды, горы и просторы российских лесов приветствуют посетителей со всего мира, которые хотят насладиться красотой природы, заняться спортом, познакомиться с культурой и национальными традициями аборигенов.
5. **Студенческий туризм** – организованная групповая поездка студентов на отдых и развлечения.
6. **Круизный туризм** – это плавание на круизном лайнере для знакомства с различными странами и видами туризма, на борту либо в портах.
7. **Медицинский туризм** – это поездка за границу с целью лечения в зарубежной клинике в случае необходимости.

Каждый вид туризма ориентирован на определенную категорию людей и со своими особенностями.

Вопросы к обсуждению:

1. Организационные формы предпринимательства туристских предприятий.
2. Индивидуальный турбизнес
3. Коллективный турбизнес.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 4 Туристический бизнес, понятия, формы, особенности

Тема 4.2 Компетенции специалиста туристического бизнеса.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонафицированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инициативность в производстве эмоциональных продуктов.	Информационная лекция
2	Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных	Обзорная лекция Лекция-дискуссия

	предпочтениях потребителя.	
3	Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Чтобы проявить инициативность в производстве эмоциональных продуктов, необходимо учитывать требования и предпочтения клиентов, заниматься поиском новых идей для улучшения продукции, а также развивать собственное видение и философию бренда.

К примеру, производитель эмоциональных продуктов может организовывать мероприятия, опросы и исследования, чтобы выяснить, какие эмоции и впечатления важны для конкретной аудитории. На основе полученных данных можно разработать новые продукты, включающие в себя более значимые для клиентов эмоции или инновационные элементы, способные усилить воздействие продукта на потребителя.

Кроме того, важно иметь свое уникальное видение бренда и не бояться экспериментировать. Это может выражаться в создании продукции, основанной на малоизвестных или необычных комбинациях эмоций, использовании новых технологий и материалов, а также развитии брендинга с помощью уникальных художественных идей и дизайна. Все это может помочь привлечь новых клиентов и укрепить имидж бренда в глазах уже существующих покупателей.

Рынок постоянно меняется, и потребительские предпочтения не являются статичными. Поэтому успешные бизнесы должны быть гибкими и адаптивными, чтобы подстраиваться под изменения в эмоциональных предпочтениях потребителей и сохранять свою эффективность.

Гибкость означает, что бизнес может быстро и легко изменять свои услуги или товары в соответствии с требованиями потребителей. Например, компания, которая продает одежду, может изменить свою линейку продуктов, чтобы удовлетворить новые тренды. Таким образом, гибкие бизнесы могут легко адаптироваться к изменяющемуся рынку и потребностям потребителей.

Адаптивность - это способность бизнеса приспосабливаться к изменяющимся условиям. Например, компания, которая производит автомобили, может изменить свою производственную линию, чтобы приспособиться к новым правилам и регуляциям. Адаптивные бизнесы могут быстро реагировать на изменения внешней среды и приспосабливаться, чтобы сохранять свою эффективность.

В целом, гибкость и адаптивность являются ключевыми факторами, которые делают бизнесы успешными в современном быстро меняющемся мире. Бизнесы, которые могут легко изменять свои услуги и приспосабливаться к новым условиям, могут более успешно конкурировать на рынке и удовлетворять потребности потребителей.

Стратегическое мышление – это способность видеть далекий горизонт и иметь понимание того, какие шаги необходимо предпринять, чтобы достичь поставленных целей. В контексте управления эмоциональной сферой потребителя, стратегическое мышление предполагает умение предугадывать эмоциональные реакции потребителя и планировать свои действия соответственно.

Один из ключевых аспектов стратегического мышления – это умение анализировать прошлый опыт и выделять успешные практики. Например, если компания обслуживает клиентов определенной категории, то имеет смысл проанализировать, какие эмоциональные механизмы работали и как можно повысить уровень удовлетворения этих клиентов.

Другим важным элементом стратегического мышления является умение строить многовариантные сценарии развития ситуации. Это позволяет компании готовиться к разным вариантам развития событий, что, в свою очередь, позволяет минимизировать потери и снизить риски.

Наконец, стратегическое мышление предполагает глубокое понимание того, что важно для потребителей, и умение создавать уникальные предложения, которые будут затрагивать эмоциональную сферу потребителей и помогать решать их проблемы. Стратегическое мышление – это способность думать за рамками текущей ситуации и видеть возможности там, где другие видят лишь проблемы.

Взаимодействие с аудиторией

1. Общие компетенции специалиста
2. Специальные компетенции специалиста

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
2. Раздел 5 Туристический бизнес и его результаты
Тема 5.1 Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности

3. Цели занятия.

Знать: Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туристический рынок и его разнообразие Особенности и региональная структура рынка. Туристический спрос и предложение. Потребности и желания туристов.	Информационная лекция
2	Регулирование туристического рынка. Туристический продукт или из чего состоит путешествие. Понятие туристического продукта и его особенности. Потребительские свойства и качества туристического продукта.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Этапы разработки, калькуляция и расчет рентабельности нового турпродукта. Жизненный цикл и качество туристического продукта как фактор конкуренции.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туристический рынок представлен широким спектром видов отдыха и развлечений, а также разнообразными формами туризма. Некоторые из них включают в себя:

1. Рекреационный туризм, который включает в себя отдых на пляжах, горнолыжные курорты, парки развлечений и SPA-центры.
2. Экологический туризм, который предоставляет возможность увидеть красивые природные ландшафты, национальные парки, заповедники и экскурсии по природным достопримечательностям.
3. Агротуризм, который повышает знания туристов о сельском хозяйстве и ландшафтах, включает в себя посещение ферм, винодельни и плантаций.

4. Культурно-исторический туризм, который позволяет познакомиться с местными традициями, достопримечательностями, музеями и историческими местами.
 5. Спортивный туризм, который включает в себя гольф, рыбалку, охоту, туризм и другие виды спорта.
 6. Медицинский туризм, который предоставляет возможность получать медицинскую помощь и оздоровление.
- Все эти виды туризма предоставляют возможность отдыха и развлечений для туристов всех возрастов, интересов и бюджетов.

Потребности и желания туристов могут быть различными в зависимости от их личных предпочтений, бюджета и целей поездки. Некоторые общие потребности и желания туристов могут включать в себя:

1. Разнообразие и разнообразие вариантов развлечений и активностей
2. Доступность культурных достопримечательностей и исторических мест
3. Качественное размещение в гостиницах, апартаментах или других вариантах проживания
4. Разнообразие вкусов и типов кухни и возможность наслаждаться местной кухней
5. Безопасность и комфортность поездки
6. Доступность общественного транспорта и удобства передвижения по местности
7. Возможность общения с местными жителями и погружения в культуру местного населения.
8. Возможность здорового отдыха и развития фитнеса и спорта, таких как пешие прогулки, велосипедные прогулки, дайвинг, серфинг и другие виды активностей.

В общем, туристы могут иметь различные желания и потребности, и важно, чтобы они выбрали место, которое соответствует их целям и предпочтениям.

Туристический продукт - это комплекс услуг и продуктов, предназначенных для удовлетворения потребностей туристов во время путешествия. Он включает в себя разнообразные элементы: от транспортных услуг и гостиничного размещения до дополнительных экскурсий и развлечений. Все компоненты туристического продукта должны соответствовать желаниям и потребностям клиента.

Особенности туристического продукта включают:

1. Сезонность: в зависимости от времени года и погодных условий некоторые виды туризма могут становиться более или менее популярными.
2. Географические особенности: туристический продукт может быть направлен на отдельные регионы, страны и даже континенты.
3. Диверсификация: туристический продукт может быть разнообразным и включать в себя различные услуги для разных групп туристов.
4. Взаимодействие с местными жителями: туристический продукт может непосредственно влиять на жизнь местных жителей, поэтому важно разрабатывать продукты, которые не причинят им вреда.
5. Экологическая устойчивость: туристический продукт должен предполагать минимальное воздействие на окружающую среду и должен быть экологически устойчив.

Туристический продукт является важной составляющей туризма и имеет большое значение для туристической индустрии в целом.

Этапы разработки нового турпродукта и расчет его рентабельности включают следующие шаги:

1. Изучение рынка и потребностей потенциальных клиентов. Необходимо проанализировать спрос на туристические услуги, изучить поведение клиентов, их предпочтения и требования к новому турпродукту.
2. Определение концепции тура и составление программы. На основе результатов исследования рынка определяется концепция нового турпродукта, формируются идеи для туристического маршрута, составляется программа тура, определяются транспортные средства, гостиницы, аттракционы и другие элементы туристического продукта.

3. Определение стоимости тура и калькуляция затрат. Необходимо определить стоимость производства туристического продукта, учитывая затраты на транспорт, проживание, питание, развлечения, страхование, а также расходы на маркетинг и рекламу.
4. Оценка потенциальной рентабельности. Путем анализа себестоимости и прогнозирования объемов продаж можно определить потенциальную рентабельность нового турпродукта.
5. Тестирование и маркетинговые исследования. Новый турпродукт должен быть протестирован и оценен потенциальными клиентами, с целью выявления недостатков и возможностей для его улучшения.
6. Внедрение и продвижение продукта на рынке. Получив положительные результаты тестирования, необходимо внедрить новый турпродукт на рынок и продвигать его с помощью маркетинговых и рекламных кампаний. Важно постоянно анализировать результаты продаж и рентабельности продукта, с целью внесения корректировок и улучшения эффективности.

Вопросы к обсуждению:

1. Значение туристического бизнеса для экономики страны.
2. Функции туристического бизнеса как единицы хозяйственной деятельности.
3. Экономическая деятельность турбизнеса

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
2. Раздел 5 Туристический бизнес и его результаты

Тема 5.2 Туроператоры, турагенты, цели, функции.

3. Цели занятия.

Знать: Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туроператоры. Роль, функции и виды туроператоров.	Информационная лекция
2	Планирование, организация и продвижение турпродукта. Системы резервирования. Использование туроператором информационных технологий.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Розничная сеть, или что такое турагентство. Роль турагентств. Организация деятельности турагентств. Требования к турагентствам.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туроператор - это компания, занимающаяся организацией путешествий и туристических услуг. Она выполняет роль посредника между туристами и поставщиками услуг, таких как авиакомпании, отели, транспортные компании и т.д. Функции туроператора включают в себя:

1. Составление туров и путевок в соответствии с интересами и потребностями туристов.
2. Бронирование авиабилетов, отелей, транспорта и других услуг для туристов.
3. Организация трансферов из аэропорта, поездки на экскурсии и другие мероприятия.
4. Подбор оптимальных вариантов для туристов по времени, месту и стоимости.

В зависимости от направления и соответствующей специализации, туроператоры делятся на следующие виды:

1. Внутренние - организующие туры по странам и регионам внутри страны.

2. Инбаунд – занимающиеся приемом иностранных туристов.
3. Аутбаунд – организующие туры за границу.
4. Круизные – специализирующиеся на организации круизных поездок.
5. Комбинированные - занимающиеся организацией комплексных туров, включающих в себя несколько направлений.

Таким образом, туроператоры играют важную роль в туристической индустрии, обеспечивая организацию и комфортное проведение путешествий для туристов.

Планирование, организация и продвижение турпродукта - это процесс создания и продажи туристических пакетов для различных рынков. Этот процесс включает в себя определение потребностей и требований клиентов, разработку и организацию турпакетов, их продвижение и рекламу, а также управление продажами и обслуживание клиентов.

Важной частью процесса является выбор правильного места назначения, которое может привлечь и удовлетворить интересы клиентов. Также необходимо разработать турпакет, который будет соответствовать потребностям и бюджету клиентов.

Организация турпакета включает в себя бронирование транспорта, проживания, экскурсий, питания и других услуг, необходимых для полноценного отдыха. Также очень важно обеспечить безопасность и качество услуг, предоставляемых клиентам.

Продвижение турпакета включает в себя разработку рекламной кампании, создание сайта, распространение информации через социальные сети, отзывы клиентов, сотрудничество с агентствами и туроператорами.

Управление продажами и обслуживание клиентов - это процесс осуществления бронирования, поддержание связи с клиентами, управление платежами, сбалансированное распределение ресурсов и предоставление рекомендаций и консультаций по вопросам, связанным с туризмом. Единственной целью является обеспечение максимального комфорта для клиентов. Одним из ключевых элементов процесса является оценка и анализ, чтобы понимать эффективность каждого шага и определять области, которые можно улучшить. В конечном итоге, успешное планирование, организация и продвижение турпродукта сделает бизнес более привлекательным для потребителей и поможет ему расти.

Системы резервирования (CRS) – это компьютерные программы, которые позволяют туристическим агентствам и компаниям бронировать авиабилеты, отели, аренду автомобилей и другие услуги. Они обеспечивают быстрый доступ к информации о наличии и стоимости услуг, а также дают возможность проводить транзакции онлайн.

CRS были созданы в 1960-х годах и первоначально использовались авиакомпаниями для бронирования билетов. С тех пор эти системы значительно развились и распространились на другие области туризма.

Сегодня наиболее популярными системами резервирования являются Amadeus, Sabre и Galileo, которые предоставляют доступ к тысячам поставщиков услуг по всему миру. Благодаря этим системам туристические компании и агентства могут быстро и эффективно обрабатывать заказы и управлять своим бизнесом.

Организация деятельности турагентства включает в себя следующие шаги:

1. Регистрация юридического лица и получение лицензии на оказание туристических услуг.
2. Создание бизнес-плана, в котором определяются цели и задачи турагентства, анализ рынка, конкуренты, потенциальные клиенты, формула прибыли и др.
3. Развитие стратегии маркетинга и рекламы, которая должна быть ориентирована на потребности потенциальных клиентов и на продвижение конкурентных преимуществ турагентства.
4. Подбор и обучение квалифицированных сотрудников, способных оказать профессиональную помощь в выборе и организации отдыха или путешествия.

5. Сотрудничество с поставщиками туристических услуг, таких как авиакомпании, отели, туристические агентства и т.д., с целью получения лучших условий и цен на туристические услуги.
6. Организация работы турагентства, которая должна быть нацелена на высокий уровень обслуживания клиентов, готовность к решению любых вопросов и проблем, связанных с туристическими услугами.
7. Развитие отношений с клиентами и постоянное развитие бренда турагентства, которые помогут привлекать новых клиентов и удерживать существующих.
8. Создание удобной и функциональной интернет-платформы, на которой клиенты смогут ознакомиться с предложениями туристических услуг, оформить бронирование и сделать оплату.

Вопросы к обсуждению:

1. Туроператоры: Цели, функции
2. Турагенты: Цели, функции
3. Особенности туристской деятельности.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
 2. Раздел 6 Организация и управление туристическим бизнесом
 - Тема 6.1 Основные положения деятельности в туристском бизнесе

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Понятие туристического предприятия. Основные виды и организационные структуры. Этапы создания туристического предприятия. Учредительные документы и государственная регистрация.	Информационная лекция
2	Туристические формальности. Что такое туристическая формальность? Особенности паспортных, визовых, таможенных, валютных и медико-санитарных формальностей. Права и обязанности туристов и экскурсантов. Страхование в туризме. Сущность и основные понятия страхования. Основные системы страхования. Виды туристического страхования.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Достопримечательности, их виды и особенности. Экскурсия как вид туристической деятельности. Особенности проведения и организации экскурсий. Алгоритм создания новой экскурсии	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Этапы создания туристского предприятия.

1. Исследование рынка и потенциала. Это важный этап, в котором исследуется рынок, анализируется потенциал, определяются потенциальные клиенты и их потребности.

Необходимо принимать во внимание такие аспекты, как культурные особенности, экономические условия, сезонность, конкуренцию и другие факторы.

2. Разработка бизнес-плана. На этом этапе нужно создать бизнес-план, в котором опишутся все этапы создания и развития предприятия. Здесь определяются цели и задачи предприятия, его функциональная структура, стратегия продвижения, маркетинговые и финансовые планы.

3. Регистрация туристического предприятия. Чтобы начать бизнес, необходимо зарегистрировать туристическое предприятие в соответствующем органе управления. На этом этапе определяется форма собственности, выбирается налоговая система и организуются все необходимые документы.

4. Получение лицензии и разрешений. Для работы в сфере туризма необходимо получить лицензии и разрешения от региональных и муниципальных властей. Здесь важным является ознакомление с законодательством и нормами, которыми регламентируется деятельность туристического бизнеса.

5. Организация работы и подготовка персонала. Этот этап включает в себя организацию работы предприятия, создание необходимой инфраструктуры, приобретение транспорта и оборудования. Также на этом этапе необходимо обучить персонал, который будет осуществлять работу с туристами.

6. Продвижение и маркетинг. Создание турпакетов и реклама в СМИ для привлечения клиентов. На этом этапе важно определить целевую аудиторию и разработать стратегию маркетинговой компании.

7. Запуск бизнеса. После завершения всех предыдущих этапов проводится проверка всех систем и оборудования. В этот момент становится возможным оказывать услуги клиентам, а заинтересованные лица могут забронировать туры.

Туристские формальности.

1. Паспорт: перед выездом за границу, убедитесь, что ваш паспорт имеет достаточный срок действия и является действительным на момент поездки. Некоторые страны могут требовать, чтобы срок действия вашего паспорта был не менее 6 месяцев после даты окончания поездки.

2. Визы: некоторые страны могут требовать от туристов получить визу перед поездкой. Проверьте требования посольства страны, в которую вы планируете поехать, и получите визу заранее, если это необходимо.

3. Медицинские прививки: в некоторых странах при въезде требуют наличие определенных медицинских прививок. Проверьте рекомендации министерства здравоохранения или свяжитесь со своим врачом, чтобы узнать, какие прививки вам необходимы.

4. Билеты на самолет: забронируйте билеты на самолет заранее, чтобы избежать ненужных поисков и увеличения стоимости билетов.

5. Страхование: не забудьте купить страховку перед поездкой, чтобы защитить себя в случае несчастного случая, болезни или утери багажа.

6. Отели и транспорт: забронируйте отели и транспорт заранее, чтобы не испытывать стресс во время поездки. Проверьте отзывы отелей и выбирайте транспорт, который лучше всего подходит для ваших нужд.

Права туристов и экскурсантов:

1. Право на информацию о туристическом продукте, его стоимости, условиях и гарантиях.

2. Право на качественное обслуживание, службы безопасности и медицинской помощи.

3. Право на свободу передвижения и выбор маршрутов экскурсий.

4. Право на защиту своих интересов и решение конфликтов.

5. Право на получение компенсации при некачественном выполнении услуг.

Обязанности туристов и экскурсантов:

1. Соблюдать правила поведения и законы страны, в которой они находятся.

2. Следовать инструкциям экскурсовода и служб безопасности.

3. Бережно относиться к природе, животным и культурным ценностям.

4. Сохранять чистоту и порядок на территории экскурсий и в отелях.

5. Не нарушать права других туристов и персонала обслуживающих организаций.

Страхование — это процесс, когда человек или организация заключает сделку с страховой компанией, чтобы получить защиту от финансовых потерь в случае возникновения определенных рисков или непредвиденных обстоятельств.

Основные понятия страхования:

1. Страхователь - физическое или юридическое лицо, которое заключает договор со страховой компанией.
2. Страховщик - страховая компания, которая принимает на себя риск выплаты страхового возмещения.
3. Страховой полис - документ, в котором описываются условия страхования и права и обязанности сторон.
4. Страховая премия - сумма, которую страхователь должен заплатить страховщику за оказание страховой защиты.
5. Страховое возмещение - сумма, которую страховщик выплачивает страхователю в случае наступления страхового события.
6. Страховой случай - событие, которое представляет страховой риск и может привести к возникновению убытков для страхователя.

Виды туристического страхования

1. Медицинское страхование - покрывает расходы на медицинскую помощь в случае заболевания или травмы во время путешествия.
2. Страхование от отмены или изменения планов - позволяет получить возмещение за уже оплаченные билеты, отели и экскурсии в случае непредвиденных обстоятельств, которые вызывают отмену поездки.
3. Страхование багажа - покрывает утрату или повреждение Вашего багажа в ходе поездки.
4. Страхование гражданской ответственности - покрывает ответственность туриста перед третьими лицами в случае причинения им вреда.
5. Страхование экстренной медицинской помощи - гарантирует быстрый доступ к экстренной медицинской помощи в случае необходимости.
6. Страхование дополнительных рисков - например, включает страхование потерянных документов, задержки рейсов или отмены поездок из-за погодных условий и т.д.

Достопримечательности - это объекты и места, привлекающие туристов и путешественников из-за своей культурной, исторической или природной ценности. Они могут быть как созданными человеком, так и природными объектами.

В зависимости от своего характера, достопримечательности подразделяются на следующие виды:

1. Исторические достопримечательности - это объекты и места, имеющие историческую ценность, связанную с наследием цивилизаций, культурных и эпох. Такие достопримечательности могут включать в себя замки, крепости, музеи, памятники, культовые сооружения и города.
2. Природные достопримечательности - это объекты и места, которые были созданы природой. Они могут включать в себя горы, водопады, каньоны, пустыни, пляжи, острова и национальные парки.
3. Религиозные достопримечательности - это места, связанные с религиозными обрядами или места поклонения. Они могут быть храмами, соборами, кафедрами и монастырями.
4. Культурные достопримечательности - это места, связанные с культурным наследием человечества, такие как театры, оперы, галереи и музеи.
5. Технические достопримечательности - это объекты и места, связанные с промышленностью, технологией или инфраструктурой. Они могут включать в себя мосты, высокие здания, дороги и железные дороги.

Каждая достопримечательность имеет свои собственные особенности, которые привлекают туристов. Некоторые интересны своей красотой и архитектурой, другие - историческими связями или религиозными корнями, а еще другие - потрясающей природой и ландшафтами.

Экскурсия – это организованное путешествие, которое представляет собой маршрут, следование по которому сопровождается профессиональным гидом, который рассказывает туристам о месте, по которому они перемещаются. Экскурсии могут проводиться пешком, на автобусе, на корабле, на велосипеде, на поезде и т.д.

Экскурсии – это один из наиболее популярных видов туристической деятельности. Они предлагают туристам уникальную возможность ознакомиться с достопримечательностями города или региона, познакомиться с историей и культурой этого места, а также узнать о местной кухне и традициях.

Экскурсии могут быть каждого уровня сложности – от простых и доступных для всех, до более интенсивных и активных. Они могут быть как однодневными, так и многодневными.

В современных туристических условиях экскурсии выполняют несколько функций – они способствуют привлечению туристов, обеспечивают им комплексную информацию о регионе, и возможность более глубокого знакомства с культурой, историей, традициями и жизнью местных жителей.

Вопросы к обсуждению:

1. Требования к офису и персоналу туристической фирмы.
2. Этапы создания туристического предприятия
3. Экскурсии или как показать достопримечательности.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 6 Организация и управление туристическим бизнесом

Тема 6.2 Особенности управления туристическим бизнесом

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения , цели, задачи в процессе формирования уникального персонифицированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности управления туристическим бизнесом. Туризм как отрасль экономики. Понятие и виды менеджмента в туризме, его функции.	Информационная лекция
2	Внешняя и внутренняя среда туристского предприятия. Факторы макросреды для туристского предприятий.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Понятие структуры управления туристским предприятием. Элементы структуры управления: звенья, уровни, горизонтальные и вертикальные связи.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управление туристическим бизнесом является очень сложным процессом, который включает в себя множество аспектов. Особенности управления туристическим бизнесом могут включать:

1. Высокую конкуренцию: туристическая отрасль характеризуется высокой степенью конкуренции, поэтому управление бизнесом должно быть нацелено на создание конкурентных преимуществ.
2. Сезонность: туризм имеет ярко выраженный сезонный характер, что требует от управляющих вести продуманную политику по формированию цен и продвижению услуг.
3. Наличие рисков: туристический бизнес охватывает множество различных рисков, например, связанных с политикой, эпидемиологическими и экономическими факторами.
4. Международная природа: туризм часто является международной отраслью, что означает, что управление должно учитывать особенности культуры и правил, а также законодательства других стран.
5. Управление знаниями: в туристическом бизнесе большое значение имеет доступность и качество информации, что требует от управляющих умения управлять знаниями, а также использовать современные технологии информационных коммуникаций.
6. Социальные аспекты: управление туристическим бизнесом также призвано учитывать социальные аспекты, такие как поддержка местной экономики, учет интересов местных жителей и экологической устойчивости.
7. Поддержка инфраструктуры: туристический бизнес требует хорошо развитой инфраструктуры, такой как транспорт, жилье, места отдыха и достопримечательности, что также должно быть учтено при управлении бизнесом.
8. Создание уникального опыта: в конечном итоге, основной задачей управления туристическим бизнесом является создание уникального опыта для туристов, который будет удовлетворять их потребности и желания, и мотивировать возвращаться снова и снова.

Менеджмент в туризме относится к управлению туристическим предприятием или организацией, которая предоставляет туристические услуги. Менеджмент в туризме включает в себя планирование, организацию, координацию, управление и контроль всех операций, связанных с туризмом.

Виды менеджмента в туризме:

1. Гостиничный менеджмент - управление гостиницей.
2. Управление туроператорской компанией - управление компанией, которая предоставляет туристические услуги.
3. Менеджмент транспорта в туризме - управление транспортом для туристических целей.
4. Управление рестораном и фуд-сервисом - управление рестораном и организацией общественного питания.

Функции менеджмента в туризме:

1. Планирование - определение целей, стратегий и тактики, необходимых для достижения успеха в туризме.
2. Организация - определение ролей и обязанностей сотрудников, создание удобной рабочей среды, чтобы сотрудники могли исполнять свои обязанности.
3. Координация - управление ресурсами, чтобы успешно выполнять задачи в туризме.
4. Управление - мониторинг выполнения операций и устранение препятствий для достижения целей.
5. Контроль - оценка выполнения целей и принятие мер для улучшения туристических услуг.

Внешняя среда туристского предприятия включает в себя факторы, которые находятся за пределами самого предприятия. Это могут быть экономические, политические, социокультурные, технологические и экологические факторы.

Экономическая среда влияет на доступность и покупательную способность потенциальных клиентов туристических услуг, а также на стоимость ресурсов, необходимых для организации туристических программ и услуг.

Политическая среда может повлиять на въездные требования, визовые правила, налоговую политику, регулирование трудовой деятельности и т.д.

Социокультурная среда включает в себя различные тенденции, мировоззрения и предпочтения клиентов в отношении различных форм отдыха и развлечений.

Технологическая среда может оказать влияние на процессы автоматизации и оптимизации работы туристического предприятия, использование электронных бронирований и т.д.

Экологическая среда включает в себя вопросы сохранения природы, экологическую безопасность и социальную ответственность бизнеса.

Внутренняя среда туристического предприятия включает в себя элементы организационной культуры, систему менеджмента и управления, кадры и финансовые ресурсы.

Структура управления туристским предприятием определяет, как управление будет организовано и какие элементы управления будут присутствовать на разных уровнях управления.

Элементы структуры управления включают в себя звенья (отдельные подразделения или группы людей, которые выполняют конкретные функции), уровни (верхнее, среднее и низшее управление), горизонтальные связи (связи между различными подразделениями на одном уровне управления) и вертикальные связи (связи между разными уровнями управления).

На верхнем уровне управления туристским предприятием обычно находятся руководители, которые устанавливают стратегию и задают цели предприятия. Средний уровень управления выполняет управленческие функции, такие как планирование, координация и контроль выполнения задач. На низшем уровне управления работают сотрудники, которые конкретно выполняют задачи.

Горизонтальные связи включают в себя связи между подразделениями на одном уровне управления, например, между отделами маркетинга и продаж. Вертикальные связи включают в себя связи между различными уровнями управления, например, между руководством и нижним уровнем управления.

В целом, структура управления туристским предприятием должна быть адаптирована к конкретным условиям предприятия и его потребностям. Ее основная задача - обеспечить эффективность управления и достижение поставленных целей.

Вопросы к обсуждению:

1. Анализ состояния туристического предприятия.
2. Внешняя и внутренняя среда туристского предприятия.
3. Понятие и виды менеджмента в туризме, его функции.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 7 Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе
Тема 7.1 Инновации в маркетинге в туризме.

3. Цели занятия.

Знать: Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инновации в маркетинге в туризме. Структура маркетинга в туризме. Выбор основного рынка сбыта турпродукта.	Информационная лекция
2	Ценообразование в туризме: ценообразующие факторы и	Обзорная лекция

	политика цен.	Лекция-дискуссия
3	Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке. Разработка рекламного бюджета	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Туристический маркетинг представляет собой совокупность мероприятий, применяемых для эффективного продвижения туристического продукта на рынке. Он включает в себя исследование рынка, определение потребностей и предпочтений потенциальных туристов, разработку маркетинговых стратегий, распространение информации и продвижение продукта.

Структура маркетинга в туризме включает отдел по продажам, отдел маркетинга и рекламы, отдел по работе с клиентами, отдел по финансам и др.

Инновации в маркетинге в туризме включают в себя использование цифровых технологий, создание интерактивных туристических платформ, разработку мобильных приложений и использование социальных сетей для продвижения туристического продукта. Кроме того, инновации в маркетинге включают в себя использование аналитики данных для анализа потребностей и поведения туристов, а также создание уникальных туристических продуктов, ответственных и экологически чистых форматов и решений в работе отелей и гостиниц.

Ценообразование в туризме – это процесс определения стоимости туристических услуг и продуктов.

Ценообразующими факторами в туризме могут быть:

1. Сезонность – в зависимости от времени года и количества туристов цены могут различаться.
2. Продолжительность пребывания – за длительные туры цена за день может быть ниже, чем в более коротких.
3. Расстояние и перевозка – расходы на транспортировку также могут влиять на цену.
4. Уровень комфорта – услуги высокого уровня традиционно стоят дороже.
5. Затраты на гостиницы и питание – влияет на стоимость пакетного тура.

Ценообразование может основываться на двух подходах: себестоимости и спросе. Политика цен может быть дифференцированной, т.е. существуют разные предложения для разных сегментов рынка. Также может использоваться промо-ценообразование или динамическое ценообразование, зависящее от спроса и предложения. Все это может помочь туристическому оператору привлечь больше клиентов и увеличить прибыль.

Реклама является одним из ключевых инструментов продвижения турпродукта на рынке. Ее основная цель – привлечение внимания потенциального потребителя, формирование положительного имиджа компании и рекламируемого продукта, стимулирование спроса и увеличение продаж.

Реклама может быть представлена в различных форматах – оффлайн и онлайн. К оффлайн-рекламе относятся рекламные баннеры, листовки, буклеты, рекламные щиты, телевизионные и радиорекламные ролики, печатные издания (газеты, журналы), а также реклама на месте продаж.

Онлайн-реклама включает в себя контекстную рекламу, рекламу на сайтах и в социальных сетях, email-рассылки, видеорекламу на YouTube и других видеоплатформах.

Эффективная реклама турпродукта должна быть ориентирована на конкретную целевую аудиторию и соответствовать ее интересам и потребностям. Например, для молодежи будет

эффективной рекламе туров на фестивали и концерты, для семей с детьми – на отдых в курортных зонах с программой для детей.

Кроме того, важно, чтобы реклама была информативной и обращала внимание на преимущества предлагаемого турпродукта – качество услуг, уровень комфорта, эксклюзивность тура и т. д.

Наконец, рекламные сообщения должны быть честными и не вводить потенциальных клиентов в заблуждение. Хорошая реклама помогает укрепить связь с клиентами и создает основу для долгосрочных отношений.

Вопросы к обсуждению:

1. Структура маркетинга в туризме.
2. Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке.
3. Управление инновациями на туристских предприятиях.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 7 Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе

Тема 7.2 Инновации в управлении персоналом.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Управление персоналом туристского предприятия. Мотивация. Теории мотивации. Потребности, вознаграждения и их виды. Элементы системы мотивации труда. Действия кадровой службы для мотивирования труда на предприятиях туризма.	Информационная лекция
2	Сущность стимулирования, его виды. Понятие персонала туристского предприятия. Концепция управления персоналом.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Функции кадровой службы. Этапы проектирования кадровой политики. Суть процесса подбора персонала. Методы отбора претендентов.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Управление персоналом туристского предприятия – это процесс координации и управления сотрудниками, которые заняты в сфере туризма и гостеприимства. Он включает в себя управление наймом, подбором, обучением и развитием персонала, а также усилия по мотивации, удержанию и оценке его работы.

В целях управления персоналом туристского предприятия необходимо:

1. Нанять талантливых и квалифицированных сотрудников

2. Обучить и развивать сотрудников, включая программы обучения и развития для новых сотрудников, менторства и различные другие методы
3. Мотивировать сотрудников и создать условия для их продуктивности и эффективности
4. Создавать условия для высококачественного обслуживания клиентов
5. Удерживать талантливых и мотивированных сотрудников
6. Оценивать производительность сотрудников и улучшения в рамках проектов по управлению персоналом.

Управление персоналом туристского предприятия – это ключевой фактор успеха. Бизнес в этой индустрии зависит от качества обслуживания и гостеприимства, поэтому, компании должны постоянно стремиться улучшать условия работы для персонала.

Мотивация - это внутреннее состояние человека, которое направляет его на достижение определенных целей и удовлетворение потребностей.

Существует несколько теорий мотивации, которые объясняют, каким образом человеку побудить себя к действию:

1. Теория потребностей Маслоу - гласит, что основными потребностями человека являются: физиологические, безопасность, любовь и принадлежность, самоуважение и самореализация. Чтобы достичь высшей ступени самореализации, человеку необходимо удовлетворить более низкоуровневые потребности.
2. Теория ожиданий Врума - считает, что мотивацию определяют ожидания результата и его ценность для человека. Человек будет стараться достичь цели, если он ожидает положительный результат и считает его ценным.
3. Теория оценки Локка - утверждает, что люди оценивают результат своих действий и используют эту оценку в будущем, чтобы принимать решения. Если результат был положительным - это усиливает мотивацию к деятельности.
4. Теория саморегуляции Карвера и Шайн - учитывает важность самоконтроля и саморегуляции в достижении целей. Люди, которые эффективно управляют своим поведением и эмоциями, более успешны в достижении целей.

Все эти теории мотивации показывают, что мотивация - это сложный процесс, который зависит от множества факторов, включая потребности, ожидания, внутренние и внешние стимулы и индивидуальные характеристики человека.

Кадровая служба предприятий туризма должна принимать ряд мер для мотивирования труда сотрудников. Ниже приведены некоторые из них:

1. Организация корпоративных мероприятий: проведение тимбилдинга, спортивных соревнований, выездов за пределы офиса, праздников и т.д. Это поможет укрепить командный дух среди сотрудников и повысить уровень мотивации.
2. Регулярный разговор с сотрудниками для выявления их потребностей и предоставления соответствующих возможностей. Хорошо проработанный план карьерного развития сотрудника создаст у него мотивацию к развитию внутри компании.
3. Организация обучения и повышения квалификации сотрудников. Это поможет им расширить свои знания и навыки, а также повысить их ценность для компании.
4. Обеспечение конкурентоспособной заработной платы и дополнительных льгот для сотрудников. Это может включать медицинскую страховку, дополнительные выходные дни, возможности для гибкого графика работы и т.д.
5. Выявление и награждение лучших сотрудников. Признание усилий и достижений сотрудников стимулирует их к дальнейшему успеху и повышению мотивации.
6. Создание приятной и комфортной рабочей обстановки. Кадровая служба должна убедиться, что сотрудникам предоставлены все необходимые условия для комфортного выполнения их работы.

Все эти меры помогут создать условия для более мотивированного труда на предприятиях туризма.

Стимулирование - это процесс, который используется для повышения мотивации и усиления деятельности. Стимулами могут быть различные виды вознаграждения, например, финансовые, моральные, материальные, социальные и др.

Виды стимулирования:

1. Материальное стимулирование - предлагается материальное вознаграждение (зарплата, бонусы, премии, поощрительные выплаты).
2. Моральное стимулирование - это похвала, почетные звания, благодарности, сертификаты, грамоты и т.д.
3. Социальное стимулирование - относится к поддержке от коллег, близких, наставников.
4. Профессиональное стимулирование - это обучение и развитие карьеры, повышение квалификации, возможность роста по служебной лестнице.
5. Позднее стимулирование - награждение за достигнутые успехи или заслуги, к примеру, денежное вознаграждение.
6. Условное стимулирование - вознаграждение, которое зависит от выполнения определенных условий сотрудником.

Функции кадровой службы:

1. Рекрутмент: привлечение квалифицированных кандидатов на рабочие места в компании.
2. Оценка и выбор кандидатов: проведение собеседований, тестирование и оценка кандидатов для выбора наиболее подходящего человека на вакансию.
3. Развитие персонала: обучение новых сотрудников, проведение тренингов и семинаров для существующего персонала, создание планов карьерного роста.
4. Оценка работы персонала: проведение аттестации и оценки производительности работы сотрудников, выявление потенциальных лидеров и слабых звеньев.
5. Забота о благополучии персонала: создание условий для повышения комфорта и благополучия на рабочем месте, установление социальных и медицинских программ для сотрудников.
6. Управление кадрами: формирование организационной структуры компании, планирование и анализ потребности в персонале, разработка и внедрение политики компании по управлению кадрами.
7. Управление конфликтами: урегулирование конфликтов в коллективе, содействие установлению дружеских отношений между сотрудниками.
8. Составление правил и политики компании: разработка правил и политик компании, которые обеспечивают эффективную работу и соответствуют законодательству.
9. Мотивация сотрудников: создание мотивационных программ и стимулирование сотрудников достижением высоких результатов.
10. Развитие партнерских отношений: налаживание контактов с внешними партнерами - образовательными учреждениями, агентствами по трудоустройству и другими организациями - для поддержки кадровой политики компании.

Суть процесса подбора персонала заключается в том, чтобы найти подходящих кандидатов, которые соответствуют требованиям и потребностям компании. Этот процесс начинается с определения вакансии и необходимых квалификаций и опыта работы для успешного выполнения работы. Затем компания использует различные методы отбора претендентов для нахождения подходящих кандидатов.

Методы отбора претендентов могут варьироваться в зависимости от конкретных условий компании и требований вакансии. Некоторые из них могут включать:

1. Размещение вакансии на сайтах, в социальных сетях и на внешних рекрутинговых платформах для привлечения соискателей.
2. Отбор резюме, при котором компания может анализировать профессиональный и личностный опыт претендентов и определить, соответствует ли это требованиям вакансии.

3. Ведение интервью с кандидатами, в том числе и в виде онлайн-интервью, для оценки навыков, профессиональных квалификаций и личностных характеристик соискателя.
4. Проведение тестов и оценок, которые могут помочь определить, насколько кандидат подходит под требования вакансии.
5. Анализ референсов и проверка бэкграунда, которые позволяют проверить подлинность информации, представленной кандидатом в резюме.
6. Экономические и психологические исследования, которые помогают понять, каким образом кандидат может соответствовать структуре организации и как он может оказать влияние на ее развитие.

Вопросы к обсуждению:

1. Управление персоналом туристского предприятия.
2. Потребности, вознаграждения и их виды.
3. Основные инновационные направления управления персоналом

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом
 2. Раздел 8 Разработка стратегий развития туристского бизнеса
Тема 8.1 Стратегическое управление туристской организацией.
3. Цели занятия.

Знать: Основные положения , цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегическое управление туристской организацией.	Информационная лекция
2	Внешняя среда менеджмента туристского предприятия. Внутренняя среда туристского бизнеса.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	SWOT-анализ конкурентной среды туристской организации. Понятие цели и задач сервисного предприятия. Классификация целей.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Стратегическое управление туристской организацией - это процесс формирования и реализации долгосрочных целей и планов развития, основываясь на анализе внутренней и внешней среды, а также оценке потенциала рынка.

Важнейшей задачей стратегического управления является определение миссии и целей организации, а также выбор стратегии, которая позволит достигнуть этих целей.

Процесс стратегического управления включает в себя следующие шаги:

1. Анализ среды. Необходимо провести анализ внешней и внутренней среды организации, оценить основные тенденции и риски, предстоящие вызовы и возможности.
2. Определение миссии и целей. На основе анализа среды определяются миссия туристской организации и цели ее деятельности на долгосрочную перспективу.
3. Выбор стратегии. В соответствии с миссией и целями определяется оптимальная стратегия развития организации. Существует несколько типов стратегий: лидерство в затрате, дифференциация, фокусирование.
4. Разработка действий для достижения задач. На основе выбранной стратегии разрабатываются действия, необходимые для ее реализации.

5. Мониторинг и контроль. Важнейшей частью стратегического управления является мониторинг и контроль достижения поставленных целей и поправка стратегии в случае необходимости.

Цель стратегического управления - это обеспечение долгосрочного успеха туристской организации и удовлетворение потребностей клиентов наиболее эффективным путем.

Внешняя среда менеджмента туристского предприятия включает факторы, которые находятся за пределами компании и на которые предприятие не может повлиять напрямую. Эти факторы могут включать экономические условия, политическую ситуацию, технологический прогресс, законодательство, конкуренцию, демографические изменения, климатические условия и т.д. Все эти факторы могут оказать влияние на прибыльность и устойчивость туристского предприятия.

Внутренняя среда туристского бизнеса включает факторы, которые находятся внутри предприятия и которые могут быть контролированы менеджментом. Эти факторы могут включать управление ресурсами, маркетинг и рекламу, финансы, производственный процесс, людские ресурсы и т.д. Эти факторы могут определять успешность и эффективность туристского бизнеса.

Успешное туристское предприятие должно уметь адаптироваться к внешней среде и использовать свои внутренние ресурсы для достижения целей. В то же время, управление внешней и внутренней средой является важной задачей менеджмента туристского бизнеса.

SWOT-анализ конкурентной среды туристской организации включает в себя оценку её сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, исходящих от конкурентов.

Сильные стороны:

- Уникальная туристическая программа, отличающаяся от конкурентов;
- Широкий диапазон туристических услуг и продуктов;
- Команда высококвалифицированных экспертов в области туризма;
- Наличие широкой сети партнеров в гостиничном бизнесе, воздушном и автомобильном транспорте.

Слабые стороны:

- Ограниченный бюджет на рекламу и маркетинг;
- Отсутствие сильного онлайн-присутствия;
- Ограниченная география предоставления услуг;
- Неудачные инвестиции в прошлом, приводящие к снижению доверия клиентов и стойкости имиджа.

Возможности:

- Расширение географии предоставления услуг;
- Развитие сотрудничества с местными хозяйственными учреждениями;
- Увеличение бюджета на рекламу и маркетинг;
- Исследование и развитие новых туристических продуктов.

Угрозы:

- Сильная конкуренция со стороны лидеров рынка;
- Экономические кризисы и изменения в международной политической обстановке;
- Быстрое развитие технологий и переход на онлайн-бронирование туристических услуг;
- Изменяющиеся потребности потенциальных клиентов.

Проанализировав данные пункты, можно выработать стратегию для улучшения позиций на рынке, укрепления сильных сторон и устранения слабых мест.

Источник: https://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/25673/1/RSVPU_2018_556.pdf

Вопросы к обсуждению:

1. SWOT-анализ конкурентной среды туристской организации.
2. Развитие стратегического менеджмента.
3. Задачи стратегического менеджмента

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 8 Разработка стратегий развития туристского бизнеса

Тема 8.2 Разработка стратегии развития туристской организации

3. Цели занятия.

Знать: Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь: Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегическое и текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма. Содержание и виды планирования деятельности турпредприятия.	Информационная лекция
2	Понятие плана и его виды. Технология планирования деятельности туристского предприятия.	Обзорная лекция Лекция-дискуссия
3	Уровни планирования деятельности туристского предприятия. Структура планирования. Принципы планирования.	Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Стратегическое планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма – это анализ рынка и конкурентов, определение основных целевых групп потребителей, формирование уникального предложения для клиентов, определение ключевых показателей эффективности, определение стратегии развития на долгосрочную перспективу.

Текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма – это операционный план, который определяет такие аспекты, как количество и качество предоставляемых услуг, продвижение на рынке, управление персоналом, финансовое планирование и т.д. Оно включает в себя планирование на неделю, месяц, год и более короткие периоды.

В обоих случаях, планирование – это ключевой элемент успешного управления предприятием в сфере сервиса и туризма. Оно помогает ответить на изменения на рынке и конкурентном окружении, а также эффективно управлять ресурсами и финансами для достижения поставленных целей.

Планирование деятельности турпредприятия — это процесс определения целей, задач, ресурсов и методов, необходимых для достижения успеха бизнеса в туристической индустрии. Виды планирования могут быть различными и зависят от типа турпредприятия, его технического уровня и организационных особенностей.

Содержание планирования деятельности турпредприятия включает:

1. Анализ конкурентной среды. Необходимо изучить рынок туризма, конкурентов, предлагаемые ими услуги и учитывать ваши преимущества и недостатки.

2. Определение целей и задач. Необходимо определить главные цели и задачи, которые помогут достичь успеха и роста бизнеса, определить миссию и видение турпредприятия.

3. Разработка стратегии. Необходимо определить методы, которые позволят достичь поставленных целей и задач, выбрать стратегические направления развития, определить целевую аудиторию и методы продвижения.

4. Назначение плановых задач и мероприятий. Необходимо разработать план мероприятий и задач для достижения поставленных целей, учитывая финансовые, материальные, кадровые и информационные ресурсы.

Виды планирования деятельности турпредприятия:

1. Стратегическое планирование. Это планирование на долгосрочный период, которое охватывает перспективы развития турпредприятия на несколько лет вперед. Это может быть

план инвестирования, план разработки новых продуктов или услуг, план развития маркетинговых стратегий.

2. Оперативное планирование. Это планирование на более короткий период времени и имеет своей целью разработку конкретных планов действий для реализации стратегических целей. Это может быть план мероприятий на месяц или квартал, план организации персонала, план развития специализированных продуктов.

3. Краткосрочное планирование. Это планирование на краткие сроки и направлено на оптимизацию текущих процессов, поддержание бизнеса и увеличение его рентабельности в ближайшее время. Это может быть финансовый план на год, план управления рисками, план увеличения продаж.

4. Инновационное планирование. Это планирование, направленное на поиск и внедрение новых идей и технологий в бизнес-процессы турпредприятия. Это может быть план разработки новых технологий, план инновационного развития компании, план внедрения новых способов управления.

План - это составленный заранее набор действий, которые должны быть выполнены для достижения определенных целей в будущем. План может быть представлен в различных форматах: письменный, устный, графический, электронный, в табличном виде и т.д.

Существует множество видов планов, в зависимости от целей, назначений и областей применения:

1. Бизнес-план - планирование развития бизнеса, учет доходов и расходов, оценка рисков и возможностей.

2. Проектный план - описание работы по реализации проекта, оценка затрат, распределение ресурсов и управление временными рамками.

3. Личный план - разработка индивидуальной стратегии жизни, установка целей и формирование приоритетов.

4. Маркетинговый план - определение маркетинговых стратегий и мероприятий, направленных на увеличение продаж или улучшение имиджа компании.

5. Финансовый план - планирование финансовых ресурсов, расчет бюджета, определение источников финансирования.

6. План управления производством - определение производственных процессов, технологий, трудовых ресурсов, оборудования и материалов.

7. Персональный план развития - оценка личных возможностей, установка целей и задач для достижения личного роста и развития.

Технология планирования деятельности туристского предприятия охватывает ряд шагов, которые помогают определить направление развития и достичь поставленных целей.

Рассмотрим основные этапы такой технологии:

1. Анализ ситуации и конкурентов на рынке туризма.

Этот этап включает в себя изучение тенденций и трендов на рынке туризма, анализ конкурентов и потенциальных клиентов, определение сильных и слабых сторон компании.

2. Определение стратегии и целей предприятия.

На основе полученных данных определяются цели, которые необходимо достигнуть в ближайшей перспективе, а также стратегия, которая позволит достигнуть этих целей.

3. Проектирование бизнес-плана.

Бизнес-план представляет собой документ, в котором рассматриваются все аспекты деятельности туристского предприятия, включая маркетинг, финансы, операционную деятельность и анализ рисков.

4. Определение бюджета и расходов.

На основе бизнес-плана определяются необходимые бюджеты и расходы на рекламу, маркетинг, техническое обеспечение, персонал и др.

5. Исполнение плана и контроль за его выполнением.

Определение плана является лишь первым шагом. Чтобы он был успешно выполнен, необходимо организовать эффективный контроль за его исполнением и внести корректировки там, где это требуется.

6. Анализ результатов и корректирование плана.

Результаты выполнения плана необходимо анализировать регулярно. На основании полученных данных план корректируется, чтобы достичь максимальной эффективности и успеха.

Уровни планирования деятельности туристского предприятия.

1. Стратегическое планирование: определение целей и направлений деятельности на долгосрочную перспективу (часто на 3-5 лет и более) и разработка стратегии развития предприятия в соответствии с этими целями.

2. Тактическое планирование: определение конкретных задач и мероприятий для достижения поставленных стратегических целей на ближайшие 1-2 года. Это включает, например, планирование маркетинговых кампаний, создание пакетов услуг, управление ценами и расходами и т.д.

3. Операционное планирование: планирование деятельности на день-неделю-месяц, направленное на достижение тактических целей. Это может включать управление запасами, расписаниями туров, обучение персонала и т.д.

4. Контроль и оценка результатов: регулярный мониторинг выполнения планов и оценка достигнутых результатов для корректировки стратегического и тактического планирования в будущем.

5. Анализ рисков: оценка возможных рисков и разработка планов аварийной готовности в случаях, когда возможные угрозы становятся реальностью.

6. Инновационное планирование: поиск новых и эффективных способов улучшения деятельности туристического предприятия и внедрение новых инновационных технологий и методов.

Структура планирования включает в себя несколько элементов:

1. Определение целей и задач. Цели должны быть конкретными, измеримыми и достижимыми. Задачи должны быть распределены по времени и приоритетам.

2. Анализ текущей ситуации. Необходимо проанализировать ресурсы, которые доступны для реализации плана, а также определить препятствия и риски, которые могут возникнуть в процессе выполнения.

3. Разработка стратегии. На основе целей и задач, а также результатов анализа текущей ситуации, необходимо разработать стратегию реализации плана.

4. Определение плана действий. Нужно определить конкретные шаги и ресурсы, необходимые для реализации стратегии.

5. Реализация и контроль. После разработки и определения плана действий, его необходимо реализовать, а также постоянно контролировать выполнение задач и достижение целей.

Принципы планирования включают в себя:

1. Принцип целостности. План должен быть целостным и охватывать все аспекты работы.

2. Принцип рациональности. План должен быть разумным и достижимым.

3. Принцип гибкости. План должен быть гибким и подлежать корректировке в зависимости от изменения ситуации.

4. Принцип экономии ресурсов. План должен экономить ресурсы, включая время, деньги, материалы и труд.

5. Принцип системности. План должен быть рассмотрен в контексте системы, в которой он будет реализовываться.

Вопросы к обсуждению:

1. Теоретические основы стратегии развития туристского предприятия.

2. Сущность и значение стратегии предприятия.

3. Стратегическое и текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма

**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. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 1 Экономика впечатлений: сущность, особенности

Тема 1.1 Понятие и сущность экономики впечатлений

Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Анализ синонимичных названий экономики впечатлений (сенсорная экономика, experience economy, эмоциональная экономика, экономика восприятия, экономика общества мечты, экономика историй, экономика общество переживаний, экономика желаний, экономика развлечений).	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Физиологические аспекты человека в происхождении эмоций.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Поведенческие индикаторы и уровни готовности клиента к получению услуг экономики впечатлений. Генезис экономики ощущений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 1

Тема практического занятия 1.

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Термин, 1999 г. книга «Экономика впечатлений: Как превратить покупку в захватывающее действие».

Авторы соучредители студии креативного мышления Strategic Horizons LLP Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор.

Элементы экономики впечатлений: физические или нематериальные.

Типы частных предприятий и общественных организаций как часть экономики. «Экономика опыта» /«экономика впечатлений» (experience economy).

Современное общество потребления: социокультурный анализ.

Концепты данной экономики: неценовая конкуренция, режессирование переживаний, интерактивные способы взаимодействия.

Расчетная единица в экономике ощущений (количество положительных эмоций на единицу товара).

Дополнительная ценность — положительные эмоции, уникальный опыт, вовлеченность, персонализация.

Задание № 1. Туристский экспорт – это... (указывается один варианта ответа) (1б)

- 1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны;
- 2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта;
- 3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Задание № 2. Туристская организация, специализированное учреждение Организации Объединенных Наций, активно участвует в глобальной туристской политике... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) Международное бюро социального туризма (BITS);
- 2) Всемирная туристская организация (WTO);
- 3) Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC);
- 4) Всемирная конфедерация молодежного, студенческого и образовательного туризма (WYSE).

Задание № 3. Туристский мультипликатор – это ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) соотношение отклонения от равновесного чистого национального продукта и исходного изменения в расходах на инвестиции, вызвавшее данное изменение реального чистого национального продукта;
- 2) экономический эффект от организации туризма;
- 3) количество имеющихся и вновь создаваемых рабочих мест.

Задание № 4. Туристский поток (турпоток) – приезд туристов в страну – характеризуется следующими показателями... (указывается один варианта ответа) (1б)

- 1) общее число туристов;
- 2) число туродней;
- 3) средняя продолжительность пребывания туристов в стране (регионе);
- 4) все перечисленные выше показатели.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование тестирование.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 2 Маркетинг впечатлений: основные понятия, инструменты.

Тема 2.1 Основные определения, понятия, сущность, особенности.

Тема 2.2 Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инструменты маркетинга впечатлений. Цели маркетинга впечатлений. Переход от маркетинга продукта к маркетингу впечатлений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Социально-психологические мотивы потребления (единение с другими людьми, стремление не отстать от жизни, выделение из толпы, бегство от одиночества, желание быть любимым, следование моде). Индивидуализация и уникализация потребления в сфере постмодернистской культуры. Плюрализм стилей жизни.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Анализ причин перехода от экономики услуг к экономике ощущений.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 2

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Иновации в маркетинге в туризме.

Структура маркетинга в туризме.

Выбор основного рынка сбыта турпродукта.

Ценообразование в туризме: ценообразующие факторы и политика цен.

Реклама как средство продвижения турпродукта на рынке.

Разработка рекламного бюджета.

Системы и фрагменты потребительского поведения.

Символы и смыслы экономики впечатлений.

Особенности символического потребления.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

Задание № 5. Туристский рынок – это экономическая система взаимодействия следующих элементов... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) туристский спрос и туристское предложение;

2) цена и конкуренция;

3) спрос, предложение и конкуренция;

4) цена, предложение, конкуренция и спрос.

Задание № 6. Туристский спрос это –... (указывается один варианта ответа) (1б)

1) функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения;

2) идеальная готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество туристского товара.

Задание № 7. Туристское предложение это –... (указывается один варианта ответа) (1б)

1) функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения;

2) идеальная готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество туристского товара.

Задание № 8. Туроператорская деятельность – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта... (указывается один вариант ответа) (16)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 9 Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристского продукта... (указывается один вариант ответа) (16)

1) верно;

2) неверно;

Задание № 10. Турпродукт – совокупность услуг и товаров туристского назначения, включающий в себя... (указывается один вариант ответа) (16)

1) туры, объединённые по целенаправленности (познавательные, оздоровительные и т.д.);

2) туристско-экскурсионные услуги различных видов (размещение, питание, транспортные услуги);

3) товары туристско-экскурсионного назначения (карты, открытки, сувениры);

4) всё вышеперечисленное.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 3 Туристский рынок и его изменения

Тема 3.1 Туристский рынок: характеристики спроса

Тема 3.2 Новые модели потребления в экономике впечатлений

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии производства услуг в экономике ощущений. Моделирование господствующей атмосферы услугowego комплекса.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Методика составления эмоциональных бренда туристкой дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 3

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Особенности подходов к созданию инсценирования в экономики впечатлений.
 Понятия, аспекты, алгоритмы, инструменты инсценирования.
 Основные темы инсценирования.
 Влияние архитектуры на процесс тематизации.
 Тематические парки, кафе клубы, рестораны, гостиницы.
 Элементы и структура тематического бренда территории.
 Психовозрастные категории заявленных сегментов рыков.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа
 История зарождения и развития науки экономика впечатлений.
 Социологические исследования как фактор повышения эффективности работы специалистов выбранного профиля.
 Основные направления и виды научно-исследовательской работы в теории и практике экономики впечатлений.
 Основные формы инноваций в организации услуг экономики впечатлений.
 Инновационный менеджмент и маркетинг в заявленной сфере.
 История возникновения российской индустрии экономики ощущений. Место и роль инноваций в этом аспекте.
 Отражение русской национальной культуры в инновациях организации эмоциональных услуг.
 Национальные особенности туристов, их учет при составлении инновационных программ в организации эмоциональных услуг.
 Сценарно-режиссерские основы деятельности в заявленной индустрии.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 4. Туристический бизнес, понятия, формы, особенности

Тема 4.1 Основы бизнеса в туризме, его особенности

Тема 4.2 Компетенции специалиста туристического бизнеса.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонафицированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Инициативность в производстве эмоциональных продуктов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Гибкость и адаптивность, как способность сохранять эффективность в изменчивых эмоциональных предпочтениях потребителя.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Стратегическое мышление как способность предвидения развития ситуации и планирование стратегии управления эмоциональной сферой потребителя.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
---	---	---

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 4

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Новые стратегические приоритеты тенденции тур бизнеса как часть экономики впечатлений.

Технологии производства услуг в экономике

Ориентация на клиента, исходя из его психофизиологических особенностей.

Решение проблем в изменчивой эмоциональной сфере.

Поведенческие индикаторы как критерии владения компетенциями заявленного профиля.

Тренды потребительского поведения, лежащие в области экономики впечатлений.

Управление задачами, пошаговое постулирование задач в производстве эмоционального товара.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование тестирование.

Задание № 11. Закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет... (указывается один вариант ответа) (16)

1) туристский кругооборот;

2) сезонность;

3) передвижной туризм.

Задание № 12. Сезонность туризма способствует текучести кадров в туризме и становлению многопрофильного характера рабочих мест... (указываются один варианта ответа) (16)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 13. Туристский импорт – это... (указывается один варианта ответа) (16)

1) ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны;

2) комплекс положительных эмоций и душевного состояния туриста, возникающий или достигнутый им в результате потребления туристского продукта;

3) вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом туристом денег в данную страну.

Задание № 14. Туристская индустрия – это... (указывается один вариант ответа) (16)

1) межотраслевой комплекс мероприятий;

2) соединения материально-технической базы и рабочей силы для туристского обслуживания населения;

3) совокупность средств размещения, объектов общественного питания, развлекательного, познавательного, оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность.

Задание № 15. Материально-техническая база туризма – совокупность средств труда, функционирующих в туризме... (указывается один вариант ответа) (16)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 16. График производственных возможностей туристской индустрии показывает упущенную выгоду... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 17. Чем больше численность туристов в группе, тем выше стоимость тура в расчёте на одного человека... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 18. В туризме в кругооборот оборотных средств вовлекаются также и туристские ресурсы... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 19. Туристские путёвки облагаются налогом на добавленную стоимость... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) верно;

2) неверно.

Задание № 20. Какая из функций туризма не относится к группе социально-экономических... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) производственная;

2) интеграционная;

3) доходная;

4) функция нивелирования.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 5. Туристический бизнес и его результаты

Тема 5.1 Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности

Тема 5.2 Туроператоры, турагенты, цели, функции.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонафицированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Туроператоры. Роль, функции и виды туроператоров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Планирование, организация и продвижение турпродукта. Системы резервирования. Использование туроператором информационных технологий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

3	Розничная сеть, или что такое турагентство. Роль турагентств. Организация деятельности турагентств. Требования к турагентствам.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
---	---	---

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 5

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Туристское предприятие: правовые и экономические основы функционирования.

Организационные формы предпринимательства туристских предприятий.

Нормативно правовые документы, регулирующие экономические взаимоотношения туристского предприятия с субъектами рынка, а также экономическую деятельность туристского предприятия.

Особенности туристского деятельности и туристского продукта.

Туроператоры: Цели, функции

Турагенты: Цели, функции

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование тестирование.

Задание № 21. Какие формы собственности чаще всего встречаются в туризме в РФ ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) ОАО и ТОО;
- 2) ЗАО и ООО;
- 3) ОАО и ЗАО;
- 4) ООО и ТОО.

Задание № 22. Лизингодатель может быть... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) юридическим лицом;
- 2) физическим лицом;
- 3) как юридическим так и физическим лицом.

Задание № 23. По договору лизинга может быть приобретено... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) только новое оборудование;
- 2) только б/у оборудование
- 3) как новое, так и б/у оборудование.

Задание № 24. Что не относится к материальным услугам... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) общественное питание;
- 2) ремонт автомобилей;
- 3) экскурсии;
- 4) гостиничная услуга.

Задание № 25. В какой период развития туризма акцент сместился в экологическую сторону... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) 50-70-е годы XX в.;
- 2) 70-80-е годы XX в.;
- 3) 80-90-е годы XX в.;
- 4) 20-40-е годы XX в.

Задание № 26. Прогнозирование спроса на продукцию туристической индустрии может осуществляться... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) только на макроуровне;

- 2) только на микроуровне;
- 3) как на макроуровне, так и на микроуровне.

Задание № 27. Мультипликационный эффект оказывает... (указывается один вариант ответа) (16)

- 1) прямое влияние на экономику;
- 2) неблагоприятное влияние на экономику;
- 3) косвенное влияние на экономику;
- 4) однократный эффект.

Задание № 28. Какой из этих факторов не влияет на туризм... (указывается один вариант ответа) (16)

- 1) политический;
- 2) экономический;
- 3) социокультурный;
- 4) бытовой.

Задание № 29. Главная задача туристической деятельности в условиях рынка является... (указывается один вариант ответа) (16)

- 1) выявление роли и места в рыночных отношениях туризма;
- 2) выявление конкурентов;
- 3) нет верного ответа;
- 4) получение прибыли.

Задание № 30. К основным социально-культурным функциям можно отнести... (указывается один вариант ответа) (16)

- 1) доходная;
- 2) социально-статусная;
- 3) выравнивающая;
- 4) содействия занятости.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 6 Организация и управление туристическим бизнесом

Тема 6.1 Основные положения деятельности в туристском бизнесе

Тема 6.2 Особенности управления туристическим бизнесом

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Особенности управления туристическим бизнесом. Туризм как отрасль экономики. Понятие и виды менеджмента в туризме, его функции.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Внешняя и внутренняя среда туристского предприятия. Факторы макросреды для туристского предприятий.	Групповая, научная дискуссия, диспут

		Дискуссия
3	Понятие структуры управления туристским предприятием. Элементы структуры управления: звенья, уровни, горизонтальные и вертикальные связи.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 6

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Средства размещения туристов и их особенности.

Отели как основной вид размещения туристов, их типы.

Услуги, предоставляемые отелями. Что такое гостиничная цепь?

Системы бронирования отелей.

Организация питания в туризме.

Особенности и режим питания туриста.

Классификация и требования к ресторанам.

Понятие ресторанных цепей.

Особенности питания во время транспортного обслуживания.

Взаимодействие туристических предприятий с предприятиями питания.

Транспорт для туриста.

Воздушный транспорт.

Водный транспорт.

Наземный транспорт и его разнообразие.

Взаимодействие туристических предприятий и транспортных организаций.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – контрольная работа

Организация работы по управлению предприятием туристского комплекса.

Виды организационных структур управления туристским предприятием.

Основные этапы проектирования организационной структуры туристского предприятия.

Понятие, значение и классификация коммуникаций на туристских предприятиях.

Функции коммуникаций.

Вертикальное и горизонтальное разделение труда.

Формальные и неформальные связи.

Понятие власти и ее основы.

Лидерство.

Формы воздействия руководителей на подчиненных.

Понятие стиля управления и факторы, на него влияющие.

Классификация стилей руководства.

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 7 Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе

Тема 7.1 Инновации в маркетинге в туризме.

Тема 7.2 Инновации в управлении персоналом.

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонифицированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Управление персоналом туристского предприятия. Мотивация. Теории мотивации. Потребности, вознаграждения и их виды. Элементы системы мотивации труда. Действия кадровой службы для мотивирования труда на предприятиях туризма.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Сущность стимулирования, его виды. Понятие персонала туристского предприятия. Концепция управления персоналом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Функции кадровой службы. Этапы проектирования кадровой политики. Суть процесса подбора персонала. Методы отбора претендентов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

ЗАДАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ РАЗДЕЛА 7

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Договора в туристическом бизнесе.

Ответственность туристических организаций перед клиентом.

Роль сертификации в туризме (обязательства и ответственность).

Стандартизация (цели, задачи и уровни стандартизации, международные и национальные системы стандартизации, стандарты отрасли туризма).

Анализ отчетности туристического предприятия.

Основы финансового учета и отчетности в туризме.

Алгоритм расчета основных показателей.

Особенности налогового учета. Как не допустить банкротства.

Оценка персонала туристского предприятия.

Трудовые ресурсы туристского предприятия: персонал и его состав, Планирование и подбор персонала;

Производительность труда,

Оплата труда персонала туристского предприятия.

Роль и значение персонала в туристской организации.

Социально-экономические показатели трудовой деятельности

Оценка персонала туристского предприятия

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

тестирование.

1. Что относится к анализу трудовых ресурсов:

- 1) анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами;
- 2) анализ движения рабочей силы;
- 3) планирование численности;
- 4) расчет календарного фонда времени.

2. Что относится к анализу трудовых ресурсов?

- 1) анализ эффективности использования рабочего времени;
- 2) определение среднесписочной численности рабочих;
- 3) планирование средств на оплату труда;
- 4) выявление резервов роста производительности труда.

3. Среди нижеперечисленных, определите факторы, влияющие на эффективность использования рабочего времени.

- 1) полезный фонд рабочего времени
- 2) целодневные потери рабочего времени
- 3) снижение трудоемкости продукции
- 4) изменение структуры фактически выпущенной продукции

4. К независимым от предприятия причинам изменения себестоимости продукции относятся:

- 1) изменение цен на сырьё
- 2) изменение норм расхода материалов
- 3) рост возвратных отходов

5. По какому признаку затраты подразделяются на прямые и косвенные:

- 1) времени возникновения
- 2) способу отнесения на единицу продукции

6. В зависимости от связи с объемом производства затраты подразделяют на:

- 1) регулируемые и нерегулируемые затраты
- 2) постоянные и переменные затраты
- 3) затраты производственно-сбытовой деятельности, финансовой и инвестиционной деятельности

7. Затраты на единицу товарной продукции рассчитываются как:

- 1) отношение затрат на производство товарной продукции к объему товарной продукции в действующих ценах предприятия
- 2) произведение производственной себестоимости товарной продукции и объема товарной продукции в действующих ценах предприятия
- 3) отношение объема товарной продукции в действующих ценах предприятия к производственной себестоимости товарной продукции

8) Эффект мультипликатора – это ... (указывается один вариант ответа) (1б)

- 1) количество раз, которое деньги вложенные туристами в местную экономику были фактически потрачены в принимающем регионе;
- 2) количество раз, которое деньги вложены принимающим районом в туристов;
- 3) покупка тура, транспорта, питания, книг, бытовой техники;
- 4) доходы предприятий, гостиниц.

9) Установите соответствие функций... (3б) (1 – б, д, в, е; 2 – а, г, ж, з)

- 1) социально-культурные
 - 2) социальноэкономические
- а) доходная;
 - б) оздоровительная;
 - в) интеграционная;
 - г) производственная;
 - д) развивающая;
 - е) социально-статусная;
 - ж) внешнеэкономическая;

з) выравнивающая.

10) Что является результатом деятельности в туризме... (указывается один вариант ответа) (1б)

экономическая прибыль;

турпродукт (туруслуга);

турагентство;

туристический курорт.

11) Предприятия туризма – это... (указывается один вариант ответа) (1б)

1) производственное предприятие различной формы собственности, производящее турпродукты, услуги для одного и более человека;

2) комплексное предприятие, которое включает в себя определенный набор туруслуг и товаров;

3) инициативная хозяйственная деятельность, направленная на создание новых видов туруслуг.

Задания к разделу 8

1. Экономика впечатлений и управление туристическим бизнесом

2. Раздел 8 Разработка стратегий развития туристского бизнеса

Тема 8.1 Стратегическое управление туристской организацией.

Тема 8.2 Разработка стратегии развития туристской организации

3. Цели занятия.

Знать:

Основные положения, цели, задачи в процессе формирования уникального персонализированного туристского продукта

Уметь:

Использовать основные методы и приемы оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Стратегическое и текущее планирование деятельности предприятия сферы сервиса и туризма. Содержание и виды планирования деятельности турпредприятия. Понятие плана и его виды.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Технология планирования деятельности туристского предприятия. Уровни планирования деятельности туристского предприятия	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Структура планирования. Принципы планирования.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Форма практического задания: устный опрос / дискуссия

Темы вопросов для обсуждения:

Система целей организации: общие и специфические цели, миссия туристского предприятия.

Дерево целей сервисной организации.

Способы и методы планирования.

Взаимосвязь стратегического и текущего планирования.

Сущность стратегического планирования и его элементы.

Модель стратегического планирования.

Понятие текущего планирования.

Специфика краткосрочных и оперативных планов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Итоговый тест

Преимущества развития туризма в регионе (стране) заключаются: а) в росте цен на местные товары и услуги;

б) в оттоке финансовых ресурсов за границу при выездном туризме; в) в росте валового национального продукта;

г) в дополнительных экологических и социальных проблемах.

Источниками финансирования текущей деятельности туристской фирмы являются:

а) кредитные ресурсы; б) бюджетные средства; в) собственные средства;

г) привлеченные средства.

Деятельность туристского бизнеса условно можно отнести к виду предпринимательства:

а) консультационного предпринимательства;

б) финансового предпринимательства;

в) коммерческого предпринимательства;

г) производительного предпринимательства.

Емкость туристского рынка – это:

а) туристский поток;

б) туристское предложение; в) туристский спрос;

г) способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации туристского продукта при существующих ценах и предложении.

Влияние фактора сезонности на экономику туризма способствует:

а) ухудшению использования материально-технической базы туризма;

б) повышению производительности труда в туризме;

в) повышению доходности туристской отрасли;

г) повышает эффективность использования основных фондов смежных отраслей хозяйства.

Экономические аспекты социального туризма включают следующие основные компоненты:

а) повышение цены путевки за эксклюзивность тура;

б) повышение комфортности проживания туристов;

в) приоритетность отечественных интересов перед зарубежными;

г) переориентирование рыночных отношений в туристской отрасли на социально ориентированные.

К местным налогам относятся:

а) налог на доходы физических лиц; б) земельный налог;

в) транспортный налог;

г) налог на имущество физических лиц.

Агент - это:

а) юридическое или физическое лицо, совершающее операции по поручению другого лица;

б) лицо, участвующее в сделке за свой счет.

Международное экономическое двойное налогообложение - это:

а) когда один и тот же доход одного и того же субъекта облагается более чем одним государством;

б) когда два различных субъекта облагаются налогом в отношении одного и того же дохода;

Источниками финансирования инвестиционной деятельности в туризме могут быть:

а) денежные эмиссии;

б) кредиты коммерческих банков; в) акционерный капитал;

г) бюджетные ассигнования.

Мультипликативный процесс в экономике туризма характеризует: а) позитивные изменения;

б) негативные явления;

в) экологические факторы;

г) стабильность экологической ситуации.

Стимулирующая функция налогов заключается:

а) в росте технического прогресса;

б) в увеличении числа рабочих мест;

в) в создании условий для развития отраслей и производств рыночной экономики;

г) в перераспределении части прибыли предприятий материальной сферы, направленной на развитие непромышленной сферы.

Туристский спрос - это

а) разнообразное количество услуг, необходимых туристу во время путешествия;

б) форма проявления потребности населения в туристском продукте (услуге). в) все ответы верны;

г) нет правильного ответа.

К социальным критериям сегментации туристского рынка относятся:

а) мотив поездки, тип туриста, сезонность;

б) профессия туриста, возраст, доход семьи;

в) страна прибытия туриста, географическая поездки;

г) величина населенного пункта постоянного проживания, национальность, религиозные убеждения.

К функциям туристского рынка относятся:

а) функция реализации стоимости и потребительной стоимости, заключенных в турпродукте;

б) функция организации доведения турпродукта до потребителя;

в) функция экономического обеспечения материальных стимулов к труду;

г) все ответы верны.

16) Схема инвестирования «контракт на управление» заключается во:

а) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с посреднической функцией финансовой структуры (банка);

б) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выплатами дивидендов по инвестициям и накопленной стоимости капитала;

в) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с передачей прав на эксплуатацию и управление инвестору;

г) взаимодействии между инвестором и объектом инвестирования с выдачей кредита под залог объекта инвестирования.

УЧЕБНО НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ) ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).

Раздел 1 Экономика впечатлений: сущность, особенности.

Тема 1.1 Понятие и сущность экономики впечатлений.

Сущность термина «экономика»

Термин «**экономика**» произошел от греческих слов: «**oikos**» – дом и «**nomos**» – закон (**oikonomia**) и обозначает «законы дома», т.к. ведение домашнего хозяйства связано с производством каких-либо продуктов и обусловлено определенными правилами (законами), несоблюдение которых, приведет хозяйство к краху

Под **экономикой** понимается способ организации деятельности людей, направленной на создание *благ* или *продуктов* (товаров или услуг), необходимых им для потребления. Такая деятельность людей носит название «*хозяйство*»

Термин «**экономика**» сегодня используется в значениях:

- домохозяйство;
- хозяйство отдельной организации (предприятия, учреждения);
- народное хозяйство страны (его района, региона), включая отдельные отрасли;
- хозяйство групп стран или всего мира (региональная экономика, мировая экономика и пр.)

Источник : <http://www.myshared.ru/slide/1383366/>

Экономика впечатлений

Впечатления так же разительно отличаются от услуг,
как услуги от товаров

Компании предлагают впечатления тогда, когда они
вовлекают в развивающееся действие покупателей
на личном уровне и стремятся сделать это событие
незабываемым для них



Джозеф Пайн и Джеймс Гилмор
Экономика впечатлений

Источник : <https://thepresentation.ru/dizayn/dizayner-v-otchestvennomit-biznese-mnogoobrazie-deyatelnosti-nedootsenennye-komponenty-professionalizma-strategiya-rosta>

Тема 1.2. Характерные черты экономики впечатлений

ЭКОНОМИКА ВПЕЧАТЛЕНИЙ – ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

Особенности впечатления как продукта:

- впечатления **неосязаемы** - а это значит, что репутация поставщика впечатлений имеет чрезвычайную важность.
- впечатления – «скоропортящийся продукт», их нельзя запасти впрок: если места на представлении остались пустыми, за эту ценность уже никогда нельзя будет получить никакой выручки.
- впечатления являются весьма личными – отсюда их высокая вариабельность.
- «законченность» впечатления, в отличие от услуги, крайне низка – впечатление предполагает «изготовление» услуги прямо на глазах у потребителя, причем (что крайне важно!) с его участием. индустрия впечатлений – это не только индустрия развлечений, но и «индустрия вовлечения».
- в отличие от услуги, впечатление не несет прямой экономической пользы, его нельзя немедленно «потребить».
- по сравнению с услугами, в индустрии впечатлений еще более **возрастает важность персонала**.
- впечатления **незабываемы**.

На основе идей Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор изложенных в работе «Экономика впечатлений» мы выделяем следующие **перспективные тенденции маркетинга в условиях экономики впечатлений**: персонализация; диалог; театрализация; уход от реальности (виртуальная реальность); эстетика.

Индустрия впечатлений / experience — это не только индустрия развлечений, но и «индустрия вовлечения»!

59

Источник : <https://ppt-online.org/255720>

Раздел 2 Маркетинг впечатлений: основные понятия, инструменты.

Тема 2.1 Основные определения, понятия, сущность, особенности.

Определение и особенности маркетинга впечатлений

Термин переводится дословно с английского языка experiential marketing как эмпирический, практический, основанный на опыте. В его основе – чувства и впечатления потенциальных клиентов, связанных с компанией. Они могут быть позитивными, негативными и нейтральными.

Некоторые эксперты предпочитают использовать формулировку «маркетинг опыта потребителей». Но по сути разницы в ключевых особенностях этой маркетинговой стратегии нет.



Техники маркетинга впечатлений фактически помогают бизнесу вызвать у целевой аудитории конкретные эмоции. Как следствие – компании удаётся построить коммуникацию с потенциальными клиентами в желаемом русле. Вызывая чувства радости, страха, грусти и прочие эмоции, маркетинг впечатлений проецирует мнение ЦА на конкретные товары и услуги бренда. Это позволяет создать максимально прочные и конструктивные отношения.

Источник : <http://www.myshared.ru/slide/1431624/>

5.4. Маркетинг впечатлений

Фирма предлагает своим клиентам новые необычные впечатления:

- собственноручно выловить себе рыбу и увидеть как ее приготовят
- посмотреть как готовят кофе на песке
- побывать на пиратском корабле, на диком западе или в средневековом замке ...

Источник : <https://ppt-online.org/229453>

Тема 2.2 Инструменты маркетинга впечатлений, маркетинговые коммуникации

ЧЕТЫРЕ "P" МАРКЕТИНГА В ЭПОХУ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

Product (продукт) экономики впечатлений

это «сэндвич»: товар + услуга + впечатление. Сэндвич экономики впечатлений похож на бутерброд с маслом и икрой: масло представляет собой большую добавленную стоимость, чем хлеб, но тонкий слой икры — еще дороже! Намазывая сверху на «сэндвич» развлечение, обучение, возможность личного участия, самовыражения, развития социальных контактов и навыков (социализация), мы движемся выше и выше по лестнице добавленной стоимости.

Тенденции — **повышение важности дизайна, персонализация** — могут коренным образом поменять вид продукта. Персонализация означает фактический конец массового производства, на смену которому приходит мелкосерийное и индивидуальное.

Price (цена) экономики впечатлений

Вначале экономика впечатлений берет наценку за «икру» (впечатления как добавка к товару или услуге), а затем делает неожиданный шаг: «хлеб» (товар) предоставляется бесплатно! Например, посетителям варьете предоставляется бесплатный ужин — цена, уплачиваемая за развлечение, с лихвой перекрывает себестоимость еды. То же касается бесплатных сувениров и т.д.

Существует хороший **определитель типа бизнеса**. Попробуйте ответить на вопрос, за что вы берете деньги с ваших потребителей. Если за материалы — вы работаете в сырьевом бизнесе. Если за полезные объекты — ваш бизнес товарный. Если за полезные действия — ваш бизнес в сфере услуг. Если же вы в бизнесе впечатлений — **потребитель платит вам за время, проведенное с вами.**

Place (место – бытовая логистика) экономики впечатлений

«Место» (каналы и способы доставки товара/услуги потребителю) также меняется в экономике впечатлений:

- 1) товар/услуга доставляются потребителю туда, куда он хочет, отменяя необходимость куда-то идти;
- 2) возникают концепции «третьего места» (не дом и не офис), где возможно потребление. В свое время на идею «третьего места» сыграла сеть кофеен Starbucks;
- 3) место получения товара или услуги может быть неожиданным для потребителя!

Экономика впечатлений соединяет (порой парадоксальным образом) разные сферы жизни, порождая неологизмы, такие как *infotainment* (информирование и развлечение «в одном флаконе»), *edutainment* (образование и развлечение одновременно) *entershopping* (существует отличный русский перевод — «развлекупки»), *bankogaunt* (банк и в то же время ресторан), *agritainment* (мы бы назвали это «зеленым туризмом») и т.д. И всем этим занимается **dreamketing** (маркетинг мечты)!

60

Источник : <https://ppt-online.org/255720>

Раздел 3 Туристский рынок и его изменения.

Тема 3.1 Туристский рынок: характеристики спроса

Характеристики спроса на туруслуги

Особенности спроса на туруслуги:

- комплексный характер – турист потребляет множество различных услуг и товаров (эффект мультипликатора),
- выраженная сезонность, обусловленная климатическими и социальными факторами,
- чрезвычайная эластичность по отношению к конъюнктуре рынка, уровню цен и доходов,
- зависимость от политической и социально-экономической обстановки как в регионе, порождающем туристов, так и в туристской дестинации;
- отложенный во времени характер (планирование поездки).

Состояние спроса и предложения в туризме

- *Спрос на путешествия* в определенный туристский регион (V) - это функция склонности человека к путешествиям и соответствующей величины сопротивления связи между начальным пунктом путешествия и местом назначения:
- $V = f(\text{склонность, сопротивление})$.
- Математически туристский спрос можно представить как:
$$V = N \times P,$$
- где N – количество потенциальных туристов, желающих воспользоваться поездкой;
- P – средняя цена поездки.

56

Источник : <https://ppt-online.org/650543>

Тема 3.2 Новые модели потребления в экономике впечатлений.



* В. Joseph Pine II James H. Gilmore
"The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage"

Источник: <https://news.tsu.ru/projects/word-to-the-rector/istoriya-s-geografiej-ekonomika-vpechatleniy-i-budushchiy-kampus-1/>

Раздел 4 Туристический бизнес, понятия, формы, особенности .

Тема 4.1 Основы бизнеса в туризме, его особенности



Источник: <https://ppt-online.org/556832>



Источник : <https://ppt-online.org/556832>

Тема 4.2 Компетенции специалиста туристического бизнеса.

Специалист по туризму должен обладать:

Общими компетенциями

- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач.
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- Брать на себя ответственность за работу членов команды.
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития.
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Специальными компетенциями

- Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг.
- Информировать потребителя о туристских продуктах.
- Взаимодействовать с туроператором и турагентом по реализации и продвижению туристского продукта.
- Формировать туристский продукт.
- Оказывать визовую поддержку потребителю.
- Контролировать готовность группы к выходу на маршрут.
- Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.
- Контролировать качество обслуживания туристов.
- Рассчитывать стоимость туристского продукта.
- Планировать деятельность подразделения.
- Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.
- Оформлять отчетно-планирующую документацию.

Источник: <http://www.myshared.ru/slide/149175/>

Раздел 5 Туристический бизнес и его результаты.

Тема 5.1 Туристический бизнес как единица хозяйственной деятельности.

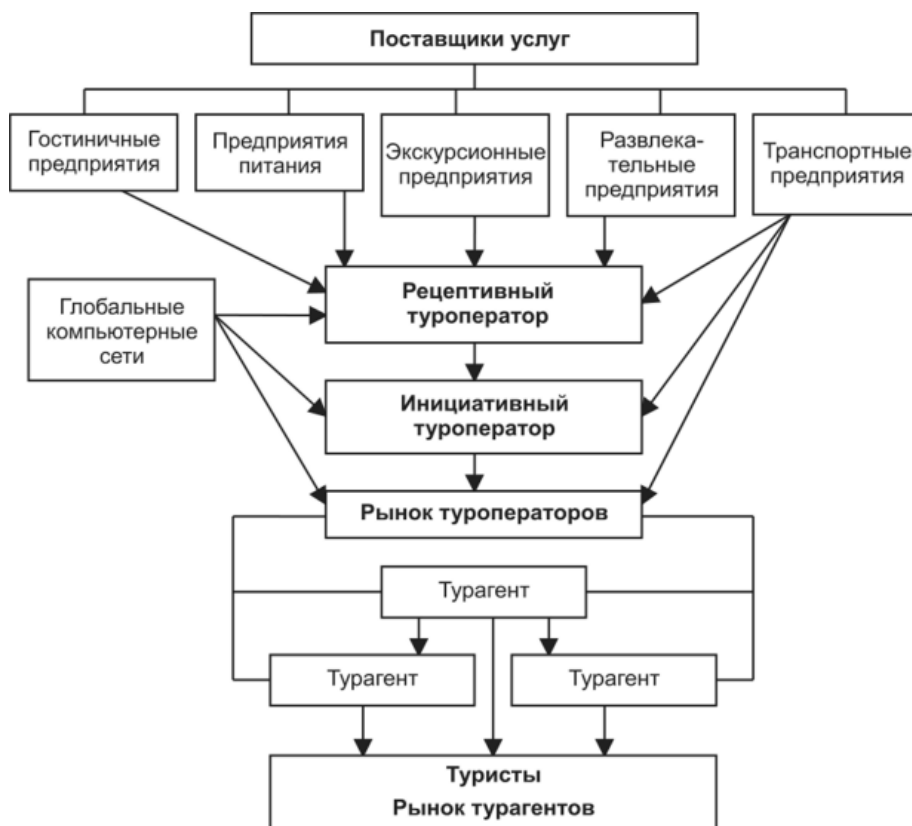


Источник: https://e-notabene.ru/etc/article_23536.html



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%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D1%82-7/>

Тема 5.2 Туроператоры, турагенты, цели, функции.



Источник: https://studref.com/399988/turizm/teoreticheskie_osnovy_turopereytinga



Источник: <https://ozernyi-sochi.ru/thailand/cto-takoe-turoperator-i-turagent-cto-delaut-cem-otlicautsa.html>

Основные различия между туроператором и турагентом		
	Туроператор	Турагент
По системе доходов	<ul style="list-style-type: none"> действует как оптовый продавец; покупает некоторый туристский продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи; часто приобретаются отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования 	<ul style="list-style-type: none"> действует как розничный продавец; прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта – 7–15% от стоимости тура; реализует туристский продукт или отдельные услуги (например авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг
По принадлежности туристского продукта	имеет запас туристского продукта для продажи	запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент выражает покупательский интерес
Ответственность за качество тура	несет	как правило, не несет

Источники : <https://ozernyi-sochi.ru/thailand/cto-takoe-turoperator-i-turagent-cto-delaut-cem-otlicautsa.html>

Раздел 6 Организация и управление туристическим бизнесом.

Тема 6.1 Основные положения деятельности в туристском бизнесе.

Этапы создания турагентства

- Поиск офиса
- Регистрация юридического лица
- Получение лицензии, гигиенического сертификата
- Сертификация услуги «выездной туризм»
- Регистрация вывески или наружной рекламы
- Разработка товарного знака
- Оборудование офиса, обучение сотрудников
- Ознакомительный тур по усадьбам
- Посещение туристических выставок
- Заключение договоров с тур операторами
- Размещение рекламы в прессе
- Отправка в тур первых клиентов

Источник: <https://present5.com/prezentaciya-turisticheskoe-agentstvo/>

5. Требования, предъявляемые к сотрудникам турфирм

обязательные требования к персоналу турфирм - знание работником:

- ▶ своих должностных обязанностей;
- ▶ нормативно-правовой базы;
- ▶ туристских формальностей;
- ▶ иностранного языка.

Желательные требования:

- наличие специального образования в сфере экономики и менеджмента туризма;
- регулярное повышение квалификации;
- знание материалов международных организаций;
- опыт работы в туризме.

Требования, предъявляемые к руководителям туристских групп:

- наличие специальной подготовки;
- знание порядка оформления финансовых документов;
- владение основами психологии общения с группой;
- знание правил перевозки туристов и багажа;
- знание правил оказания первой медицинской помощи;
- знание иностранного языка.

Источник : <https://dr-web.ru/prezentacii/trebovaniya-predyavlyaemye-k-kachestvu-mebeli.html>

Тема 6.2 Особенности управления туристическим бизнесом.



Рисунок 1- Система стратегического управления организаций туристического бизнеса

Источник: <https://e.120-bal.ru/ekonomika/7832/index.html>

Особенности туристского продукта:

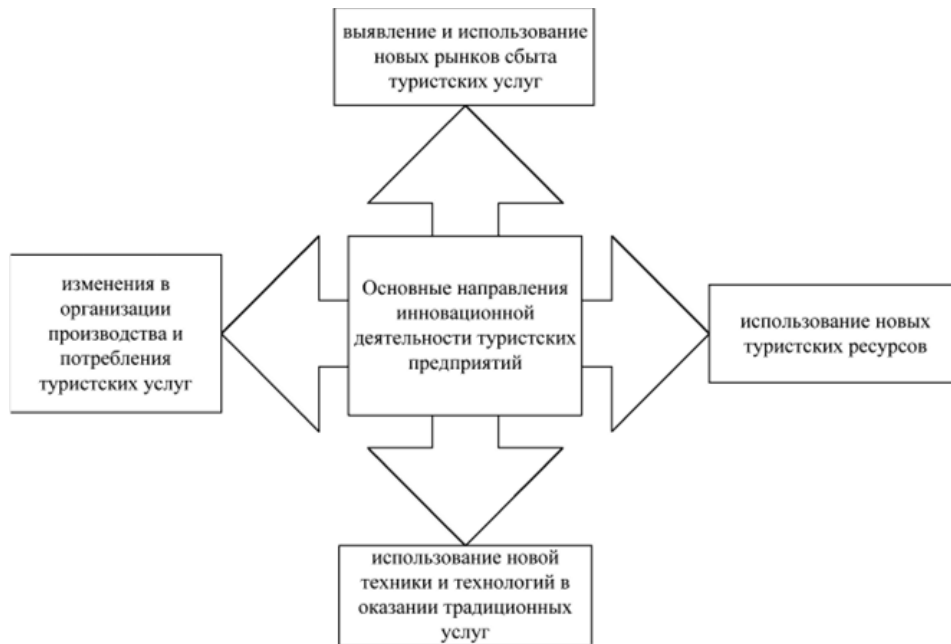
- 1) **Неосязаемость или нематериальный характер туристских услуг** означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать или изучить до получения.
- 2) **Неразрывность производства и потребления услуги.** Оказать услугу можно лишь тогда, когда поступает заказ или появляется клиент. Производство и потребление туристских услуг тесно взаимосвязаны и не могут быть разорваны.
- 3) **Изменчивость качества туристских услуг** (сервис в гостиницах, квалификация работников турфирм, индивидуальность потребителя)
- 4) **Стандарт обслуживания** – это комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания потребителей, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций (внешний вид персонала, знание персоналом иностранных языков, время, затрачиваемое на оказание услуги)
- 5) **Неспособность к хранению** (транспортные перевозки, ночевки в средствах размещения не могут быть накоплены для дальнейшей продажи)



Источник : <https://www.slideserve.com/philip-donovan/6489554>

Раздел 7 Стратегические и инновационные приоритеты в туристическом бизнесе

Тема 7.1 Инновации в маркетинге в туризме.



Источник : https://bstudy.net/693124/turizm/innovatsii_turizme



Источник : <https://xxx-shopping.ru/%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D1%84%D0%B8%D0%BA%D0%B0-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D1%8B-%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%BE>

%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5/

ИТ в туризме

- Система информационных технологий, используемых в туризме, состоит из компьютерной системы резервирования, системы проведения телеконференций, видеосистем, компьютеров, информационных систем управления, электронных информационных систем авиалиний, электронной пересылки денег, телефонных сетей, подвижных средств сообщения и т.д.
- При этом необходимо отметить, что эта система технологий развертывается не турагентами, гостиницами или авиакомпаниями каждым в отдельности, а всеми ими. Более того, использование каждым сегментом туризма системы информационных технологий имеет значение для всех остальных частей.



◀ 🏠 ▶

Источник : <https://mavink.com/post/6B7C2D5A81A6B1A973D5BDF72AFA78B9A9AM637DBC>

Тема 7.2 Инновации в управлении персоналом.

Инновации в управлении персоналом

- **Управленческие инновации** — целенаправленное изменение состава функций, организационных структур, технологии и организации процесса управления, методов работы системы управления, ориентированное на замену элементов системы управления или системы управления в целом с целью ускорения или улучшения решения поставленных перед предприятием задач на основе выявления закономерностей и факторов развития инновационных процессов на всех стадиях жизненного цикла продуктов, технологий и предприятия в целом.

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

Основными целями реализации инновационных проектов по организационному обучению являются:

1. Внедрение современной организационной структуры и системы управления.
2. Внедрение современных систем управления организационными знаниями и развитие современных деловых навыков на всех уровнях организации.
3. Формирование единых корпоративных целей и ценностей, развитие корпоративной культуры.
4. Обеспечение устойчивой конкурентоспособности путем повышения эффективности работы персонала.

Инновационные проекты по организационному обучению имеет также ряд серьезных преимуществ:

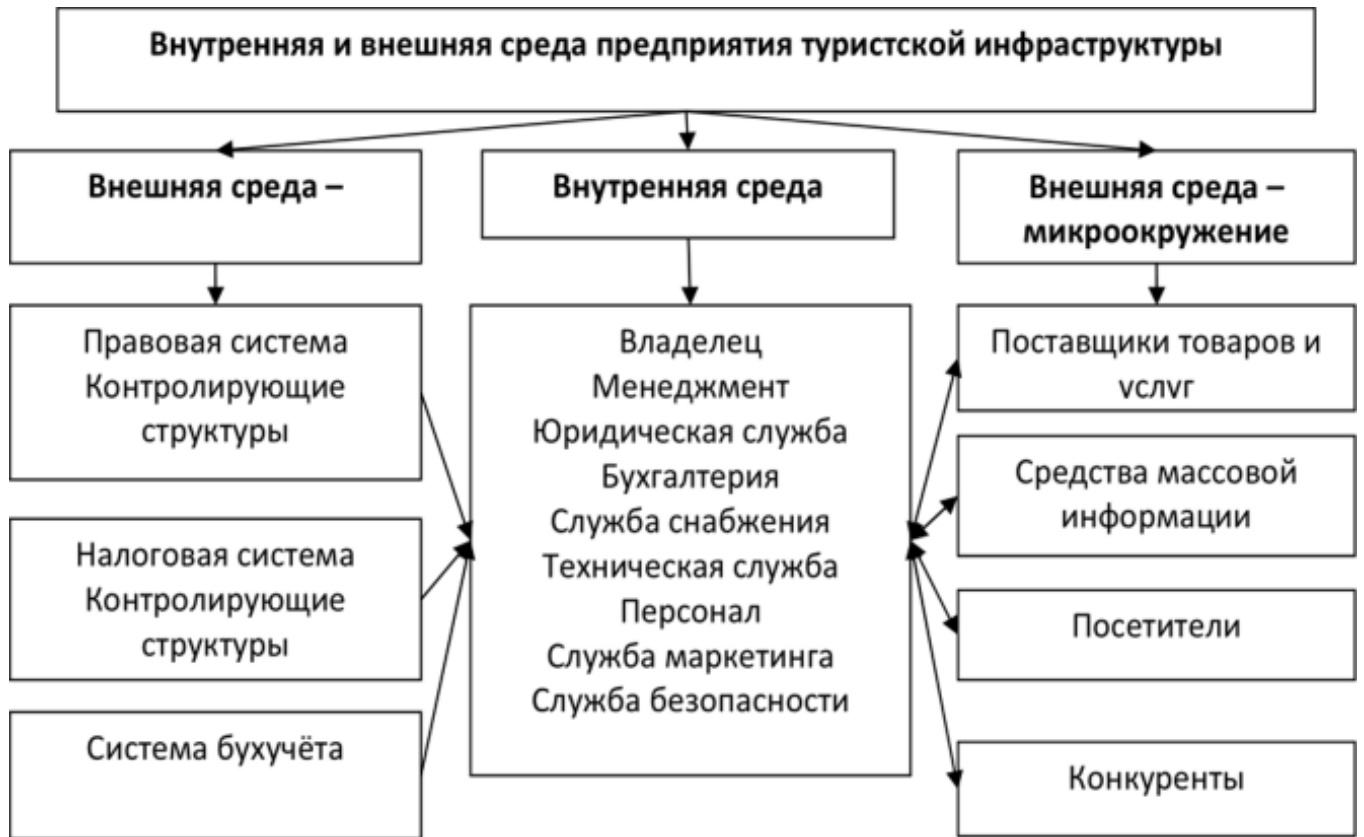
1. Низкие издержки обучения.
2. Возможность проводить обучение втайне от конкурентов.
3. Повышение общего уровня готовности персонала к изменениям в организации путем постепенного формирования у обучающихся привычки перемен как реализации накопленных в результате обучения знаний.
4. Системность и непрерывность процесса обучения (включая текущий контроль и оценку результатов).
5. Учебный план, разработанный в соответствии с текущими целями и задачами организации.
6. Непосредственность обучения, т. е. внедрение процесса обучения в реальную деятельность данной организации со всеми ее особенностями.
7. «Командообразующая» составляющая процесса обучения.
8. Развитие внутрифирменных коммуникаций.

Раздел 8 Разработка стратегий развития туристского бизнеса.

Тема 8.1 Стратегическое управление туристской организацией.

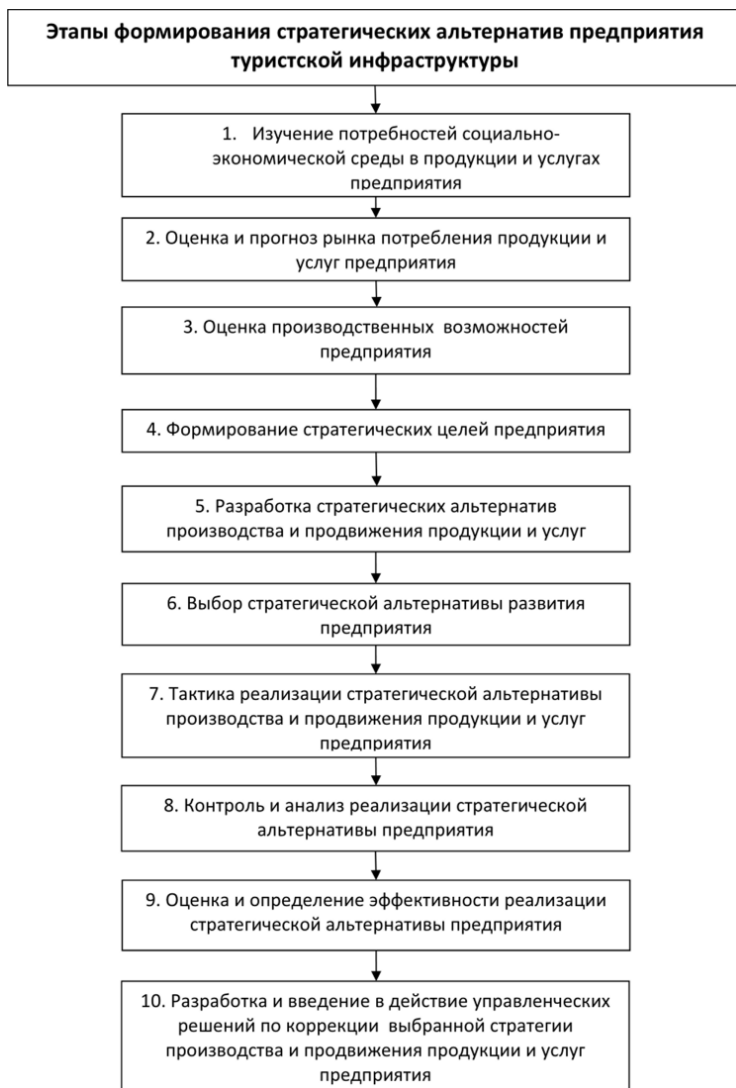


Источник: https://studref.com/614325/turizm/strategicheskiy_menedzhment_infrastruktury_turizma



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskiy_menedzhment_infrastruktury_turizma

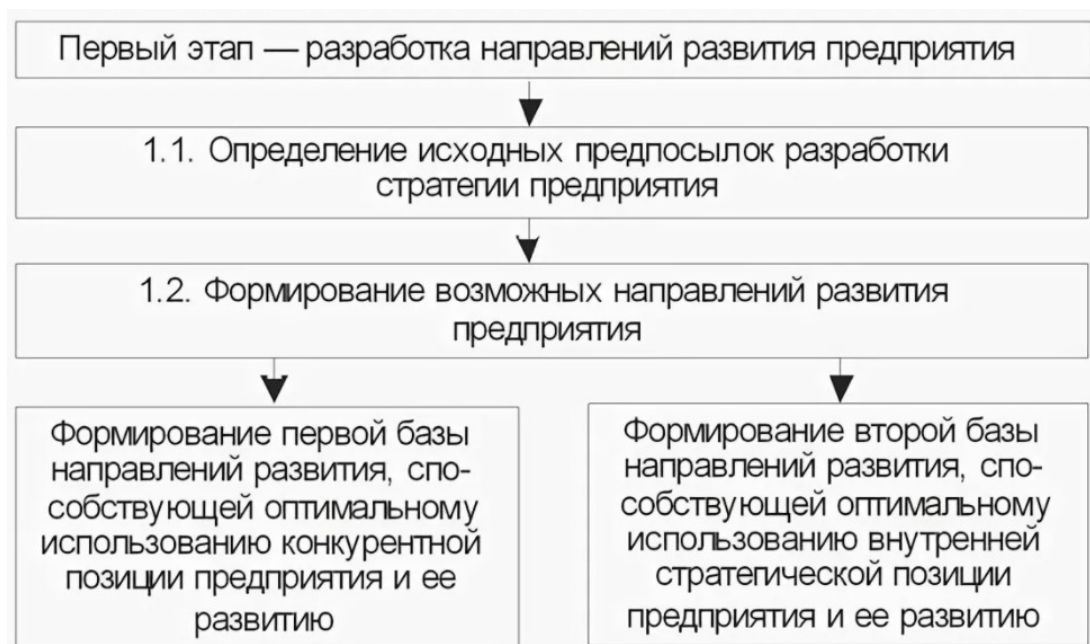
Тема 8.2 Разработка стратегии развития туристской организации



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskij_menedzhment_infrastruktury_turizma



Источник : https://studref.com/614325/turizm/strategicheskij_menedzhment_infrastruktury_turizma




Источник : <https://natalibrilenova.ru/razrabotka-strategii-razvitiya-predpriyatiya/>

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 Высшей школы индустрии
гостеприимства, впечатлений и социального
креатива (институт)
 / К.К. Поздняков
«29» февраля 2024 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

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) «Экскурсионные продукты и программы» 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 «Экскурсионные продукты и программы» разработаны рабочей группой в составе: канд. геогр. наук, доцент Хетагурова В.Ш., старший преподаватель Горбачевская А.В.

Методические материалы по дисциплине «Экскурсионные продукты и программы» 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).....	8
1.3. Учебно-наглядные пособия по разделам (темам) дисциплины (модуля).....	13
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ.....	29
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).....	73
КОНСПЕКТЫ ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)....	73
Приложение № 3 к методическим материалам по дисциплине (модулю). Учебно-наглядные пособия по дисциплине (модулю).....	95
УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ).....	95
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	110

1. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЛЕКЦИОННЫМ, ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

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

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

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

Возможные формы проведения лекций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Краткое содержание лекционных занятий

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала
Раздел 1. Введение в экскурсоведение	
Тема 1.1. История возникновения экскурсионной деятельности.	История экскурсионной деятельности России Экскурсоведение как теоретическая основа экскурсионной деятельности
Тема 1.2 Экскурсионные маршруты	Функции и признаки экскурсии. Классификация экскурсий Экскурсионная методика Виды экскурсионных программ Основные экскурсионные маршруты Российской Федерации Основные требования к личности экскурсовода и профессиональное мастерство
РАЗДЕЛ 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания	
Тема 2.1 Разработка экскурсионных маршрутов	Основные технологии экскурсионного обслуживания. Основные этапы разработки экскурсии.
Тема 2.2 Технологии ведения экскурсии	Технология проведения экскурсии. Требования к технике ведения экскурсии. Методические приемы проведения экскурсий. Мультимедийные технологии, техническое обеспечение интерактивных экскурсий. Методы разработки туристского продукта на основе современных технологий.
РАЗДЕЛ 3. Экскурсионный сервис	

<p>Тема 3.1 Технологии и технические средства в деятельности музеев и экспозиционных центров</p>	<p>Основные задачи, функции и направления деятельности музеев, экспозиционных центров и выставочно-ярмарочных комплексов. Концепция выставочно-ярмарочной деятельности в РФ. Основные задачи и функции выставочных комплексов. Технологии публик рилейшнз (PR) на выставочно-ярмарочных площадках. Организация работы пресс-службы на выставке. Организация официальных мероприятий, мероприятий деловой, конкурсной и презентационной программ, а так же специальных проектов выставки. Оформление договорных отношений с зарубежными партнерами. Содержание процедурных вопросов при оформлении договорных отношений</p>
<p>Тема 3.2 Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности</p>	<p>Дать определение понятию и содержанию туристских формальностей. Особенности таможенных формальностей для разных стран. Паспортно-визовые вопросы. Порядок оформления и получения выездных виз. Шенгенская виза. Упрощенный безвизовый въезд в страну. Таможенный контроль при въезде и выезде. Таможенные запреты. Санитарно-эпидемиологический контроль. Правила поведения во время экскурсии за рубежом. Современные технические средства в экспозиционно-выставочном сервисе.</p>
<p>РАЗДЕЛ 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.</p>	
<p>Тема 4.1 Виды дополнительных экскурсионных услуг</p>	<p>Общие правила оказания гостиничных услуг и услуг питания. Дать развернутую характеристику 4-м циклам обслуживания клиентов в гостинице Способы и технологии бронирования и резервирования. Организация оплаты за проживание и дополнительные услуги. Системы скидок и способы платежей. Организация хранения ценных вещей. Порядок приема, размещения и регистрации клиентов гостиницы. Порядок предоставления персональных услуг. Методы, позволяющие исключить недополучение гостиницей доходов. Санитарно-эпидемиологические нормы для предприятий общественного питания. Технологии и организация питания для осуществления экскурсии.</p>
<p>Тема 4.2 Обеспечение безопасности во время экскурсионного обслуживания</p>	<p>Технологические особенности обслуживания клиентов поставщиками транспортных услуг. Особенности бронирования билетов. Трансферы, классификация, назначение, определение. Виды и средства перевозок в туризме. Встреча и проводы экскурсантов.</p>

	<p>Обеспечение безопасности во время транспортных путешествий.</p> <p>Особенности обеспечения безопасности на различных видах транспорта.</p>
РАЗДЕЛ 5. Технологии экскурсионного обслуживания	
Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания	Характеристика посуды, приборов и столового белья. Подготовка торгового зала к обслуживанию. Искусство оформления стола. Встреча гостей и размещение их за столом. Сервировка стола в соответствии с заказом. Ассортимент блюд, отпуск, подача и формы расчета. Виды предприятий общественного питания.
Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.	Технологии обслуживания авиапассажиров. Технологии обслуживания экскурсантов на железнодорожном транспорте. Технологии обслуживания пассажиров автомобильным транспортом. Технологии обслуживания пассажиров водным транспортом.
РАЗДЕЛ 6. Разработка и создание новых экскурсионных продуктов	
Тема 6.1 Инновации в экскурсионной деятельности.	Основные понятия и определения. Информационные технологии в сфере услуг. Причины, по которым инвестируют в новые технологии. Области применения новых технологий в экскурсионной деятельности. Технология как конкурентное преимущество.
Тема 6.2 Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов.	Классификация систем безопасности. Состав и функциональные характеристики систем безопасности. Как правильно выбрать систему безопасности? Функциональные характеристики интегрированной системы безопасности. Технологические особенности систем безопасности. Основные направления развития интегрированных систем безопасности. Обеспечение сохранности имущества экскурсанта. Система менеджмента качества услуг. Формы и методы контроля качества туристско-экскурсионных услуг. Медицинское и другие виды страхования.
Раздел 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания	
Тема 7.1. Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта	Дифференциация потребителей экскурсионного продукта. Целевая аудитория. Ожидания экскурсантов и психологическая атмосфера в экскурсионной группе. Эффективные приемы общения с экскурсантами, типичные ошибки при общении с экскурсантами и рекомендации. Психотипы экскурсантов. Эффективные приемы построения коммуникации с экскурсантами различных психотипов.
Тема 7.2. Методика и технология общения с экскурсантами	Методические подходы к организации «обратной связи» экскурсовода с группой на экскурсии. Дифференцированный подход к обслуживанию различных экскурсионных групп. Особенности организации экскурсий для детей. Экскурсии для молодежи. Создание доступной среды для отдельных категорий экскурсантов с ОВЗ. Особенности коммуникации с туристами с повышенными требованиями.
Раздел 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода	
Тема 8.1. Инновационные	Тренды в экскурсионной деятельности. Социальные сети

методы работы с экскурсионной группой	как наиболее эффективный способ продвижения экскурсий.
Тема 8.2. Контроль качества экскурсионного продукта	Профессиональные стандарты качества экскурсовода и гида-экскурсовода. Уровни профессионального мастерства экскурсовода. Культура речи экскурсовода. Парвовые основы экскурсионной деятельности и современные требования к экскурсоводу. Функциональная карта вида профессиональной деятельности. Требования к уровню образования и обучения в зависимости от уровня квалификации. Критерии оценки практической части квалификационного экзамена.

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 – навыков, 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 четко 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 (технологии), 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. ВВЕДЕНИЕ В ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ

Тема 1.1. История возникновения экскурсионной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Сколько этапов развития экскурсионной деятельности можно выделить?
2. Когда появились первые экскурсии?
3. Кто проводил первые экскурсии?

Тема 1.2 Экскурсионные маршруты

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие экскурсионные маршруты в России существуют?
2. Какие есть варианты построения маршрутов?
3. Кто придумал первый экскурсионный маршрут?

РАЗДЕЛ 2. ОСНОВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Тема 2.1 Разработка экскурсионных маршрутов

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое экскурсионный объект?
2. Какие критерии отбора экскурсионных объектов существуют?
3. Что может быть в качестве экскурсионного объекта?

Тема 2.2 Технологии ведения экскурсии

Вопросы для самоподготовки:

1. Каким должен быть экскурсовод?
2. Важно ли время в экскурсии?
3. Какие техники проведения рассказа существуют?

РАЗДЕЛ 3. ЭКСКУРСИОННЫЙ СЕРВИС

Тема 3.1 Технологии и технические средства в деятельности музеев и экспозиционных центров

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие технические средства в музеях существуют?
2. Что относится к визуальным средствам?
3. Что такое экспозиционное оборудование?

Тема 3.2 Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

Вопросы для самоподготовки:

1. Когда появились экскурсии за границу?
2. Какие технологии организации экскурсий за границу существуют?
3. Какие документы необходимы для оформления визы?

РАЗДЕЛ 4. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ.

Тема 4.1 Виды дополнительных экскурсионных услуг

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Какие виды дополнительных услуг существуют?
- 2.Имеют ли дополнительные услуги высокий спрос?
- 3.Без дополнительной оплаты гостям могут быть предоставлены какие услуги?

Тема 4.2 Обеспечение безопасности во время экскурсионного обслуживания

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Какими способами обеспечивают безопасность во время экскурсии?
- 2.Как государство регулируют данную сферу?
- 3.Какие факторы риска существуют?

РАЗДЕЛ 5. ТЕХНОЛОГИИ ЭКСКУРСИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Какие виды питания существуют?
- 2.Как проверяют качество продуктов?
- 3.Какие технологии обеспечения услуг питания существуют?

Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какими способами обеспечивают безопасность и комфорт во время транспортного обслуживания?
- 2.Какой транспорт в основном используют?
- 3.Каким должен быть водитель?

РАЗДЕЛ 6. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ НОВЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ПРОДУКТОВ

Тема 6.1 Инновации в экскурсионной деятельности

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Что такое инновации?
- 2.Какие виды инноваций в экскурсионной деятельности существуют?
- 3.Почему важны инновации?

Тема 6.2 Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое экскурсионный продукт?
2. Какие подходы к формированию экскурсионного продукта существуют?
3. При формировании тура следует учитывать какие свойства?

РАЗДЕЛ 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.1 Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы особенности экскурсионной группы как социально-психологической общности людей?
2. Что должен занять экскурсовод для установления психологического контакта с экскурсионной группой?

Тема 7.2 Методика и технология общения с экскурсантами.

Вопросы для самоподготовки:

1. Каковы причины возникновения конфликтов в экскурсионной группе?
2. Какие правила должен соблюдать экскурсовод при работе с группой?

РАЗДЕЛ 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.1 Инновационные методы работы с экскурсионной группой

Вопросы для самоподготовки:

1. Жесты экскурсовода, их значение и классификация
2. Мимика экскурсовода и ее роль в экскурсии
3. Внешний вид экскурсовода

Тема 8.2 Контроль качества экскурсионного продукта

Вопросы для самоподготовки:

1. Требования к экскурсоводу
2. Способы формирования экскурсоводческого мастерства
3. Интуиция экскурсовода

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

РАЗДЕЛ 1. ВВЕДЕНИЕ В ЭКСКУРСОВЕДЕНИЕ

История развития экскурсионного дела

- Конечно, самые первые упоминания о коллективных поездках и походах с познавательной целью теряются где-то во тьме веков. Ни один мало-мальски надежный источник не берется сказать со всей определенностью, что экскурсии зародились в одном конкретном месте, и назвать это место или хотя бы страну. Как выглядели первые экскурсии, кто в них участвовал, тоже остается неизвестным. Большинство исследователей дружно склоняются к мысли о том, что первыми экскурсиями с некоторой натяжкой можно считать перемещения паломников к святым местам.

История развития экскурсионного дела

- Петровские реформы в России ознаменовались обязательными “гранд-турами” для молодых дворян, имеющими целью образование и повышение культурного уровня, предваряющими вступление на профессиональное или политическое поприще. Путешествия способствовали расширению кругозора, однако являлись элитарными в связи с примитивизмом средств передвижения.



Источник: <https://slide-share.ru/iehkskursovedeniyaslepnyova-svetlana-georgievnaehkskursovod-gid-511505>

Тема 1.2 Экскурсионные маршруты

- **Маршрут экскурсии** представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее правильной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности экскурсантов. Одна из задач маршрута - способствовать наиболее полному раскрытию темы.

Основные требования, которые должны быть учтены составителями маршрута, - это организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы.

Маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов и намечается с учетом следующих требований:

- показ объектов следует проводить в определенной логической последовательности, не допуская ненужных повторных проездов по одному и тому же участку маршрута (улице, площади, мосту, шоссе), т. е. так называемых "петель";

- наличие доступности объекта (площадки для его осмотра);

- переезд или переход между объектами не должен занимать 10-15 минут, чтобы не было слишком длительных пауз в показе и рассказе;

- наличие благоустроенных остановок, в том числе санитарных и мест парковки транспортных средств.

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sostavlenie-marshruta-ekskursii>

РАЗДЕЛ 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания

- Разработка маршрута - сложная многоступенчатая процедура, требующая достаточно высокой квалификации и являющаяся одним из основных элементов технологии создания новой экскурсии.
- К разработке маршрута приступают после определения темы экскурсий и отбора объектов.

Подготовка контрольного текста экскурсии

- Текст представляет собой материал, необходимый для полного раскрытия всех подтем, входящих в экскурсию. Текст призван обеспечить тематическую направленность рассказа экскурсовода, в нем формулируется определенная точка зрения на факты и события, которым посвящена экскурсия, дается объективная оценка показываемых объектов.

Требования к тексту: краткость, четкость формулировок, необходимое количество фактического материала, наличие информации по теме, полное раскрытие темы, литературный язык.

Текст экскурсии составляется творческой группой при разработке новой темы и выполняет контрольные функции. Это означает, что каждый экскурсовод должен строить свой рассказ с учетом требований данного текста (контрольного текста).

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sostavlenie-marshruta-ekskursii>

Определение методических приемов проведения экскурсии

- Работа творческой группы на этом этапе состоит из нескольких частей:
- отбора наиболее эффективных методических приемов для освещения подтем, методических приемов, которые рекомендуются в зависимости от экскурсионной аудитории (взрослые, дети), времени проведения экскурсии (зима, лето, день, вечер), особенностей показа;
- определения приемов сохранения внимания экскурсантов и активизации процесса восприятия экскурсионного материала;
- выработки рекомендаций по использованию выразительных средств в речи экскурсовода;
- отбора правил техники ведения экскурсии.
- Не менее важно определить технологию использования методических приемов.

Определение техники ведения экскурсии

- Техника ведения экскурсии объединяет все организационные вопросы экскурсионного процесса. Авторы автобусной экскурсии, например, тщательно продумывают, когда и где экскурсанты выходят для осмотра объекта, как происходит передвижение экскурсантов между объектами, как и когда демонстрируются экспонаты "портфеля экскурсовода" и т. д.
- Соответствующие записи вносятся в графу методической разработки "Организационные указания". Эти указания адресованы и водителю автобуса. Например, в каком месте поставить автобус, где необходимо ехать медленнее для наблюдения объекта из окна.
- Отдельные указания относятся к экскурсантам (соблюдение правил безопасности на улице, выхода из автобуса, размещения в салоне).
- Важно сформулировать рекомендации об использовании пауз в экскурсии; о соблюдении времени, отведенного на освещение подтем, организацию ответов на вопросы экскурсантов; о технике использования экспонатов "портфеля"; о порядке возложения венков и т. д. Не менее важны указания о месте экскурсовода при показе объектов, руководстве самостоятельной работой экскурсантов на маршруте, проведении рассказа при движении автобуса.

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sostavlenie-marshruta-ekskursii>

РАЗДЕЛ 3. Экскурсионный сервис

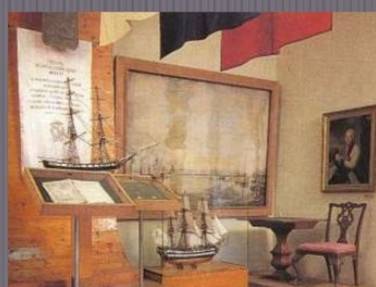
Экспозиционно-выставочная деятельность

Для **пространственного** экспонирования используются: витрины разных конструкций и форм — горизонтальные, вертикальные, настольные, пристенные, подвесные, витрины кругового обзора; подиумы - возвышения для открытого экспонирования объемных предметов; универсальные модульные системы — каркасные, бескаркасные, комбинированные, рамные, пространственно-стержневые.



Экспозиционно-выставочная деятельность

Музейная экспозиция — это целенаправленная и научно обоснованная демонстрация музейных предметов, которые организованы композиционно, снабжены комментарием, технически и художественно оформлены и в итоге создают специфический музейный образ природных и общественных явлений.



Источник: <https://ppt-online.org/1156465>

Паспортно-визовые формальности — процедуры, связанные с необходимостью соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно- визового режима, являются одними из наиболее важных, затрагивающих каждого туриста. Установление паспортного или визового режима для иностранных граждан и туристов является прерогативой национального законодательства стран пребывания.



К туристским формальностям относятся:

- паспортно-визовые формальности
- таможенные формальности (таможенный контроль и валютный контроль)
- медицинские (санитарные) формальности.

Источник: <https://multiurok.ru/files/turistskiie-formal-nosti.html?login=ok>

РАЗДЕЛ 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.

Экскурсионные программы по видам туров

Туры	Экскурсионные программы
Туры с целью отдыха	1-2 плановые экскурсии (пешие прогулки к объектам природы, использование средств малой авиации).
Деловые туры	Посещение производственных и др. объектов, представляющих для туристов профессиональный интерес.
Познавательные туры	По историческим и культурным центрам; посещение нескольких городов или населенных пунктов (обзорные по городу, посещение музеев, картинных галерей и др.).
Дополнительные	За счет личных средств туристов; варианты замены одних экскурсий другими по желанию туристов.



Источник: <https://slide-share.ru/organizaciya-ehkskursionnogoobslyzhivaniya-23560>

Тема 4.2 Обеспечение безопасности во время экскурсионного обслуживания

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

- обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);
- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрана их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;
- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;
- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;
- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

10

Источник: <https://ppt-online.org/468844>

РАЗДЕЛ 5. Технологии экскурсионного обслуживания

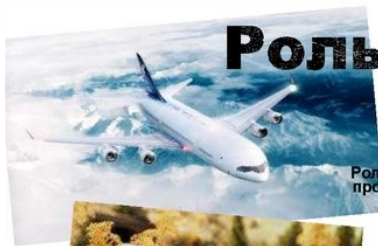
Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания

Современные технологии в системе управления предприятием общественного питания



Источник: <https://en.ppt-online.org/759187>

Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.



Роль и место транспортных услуг в туризме

Роль транспортных услуг в туризме определяется той функцией, которую они должны выполнять в программе путешествия. С этой точки зрения при реализации туризма средства перемещения могут обеспечивать различные направления:



- ** перевозку туристов из одного пункта в другой (доставка в destination);
- ** трансфер (встречи и проводы туристов);
- экскурсионное обслуживание (проведение транспортных или транспортно-пешеходных экскурсий);
- ** составлять основу маршрутных туров (автобусных, железнодорожных, конных, круизов);
- ** составлять основу программных туров (спортивного, приключенческого, делового, космического, зрелищного);
- ** применяться в качестве элементов развлечения в местах массового отдыха (водные лыжи, квадроциклы, аттракционы);
- использоваться в прокатном бизнесе (прокат автомобилей, велосипедов, водных мотоциклов, буюров и т.п.);
- ** формировать городскую транспортную структуру (совокупность транспортных средств для организованного и самостоятельного перемещения туристов внутри посещаемого населенного пункта);
- использоваться в качестве вспомогательного технического оборудования при перемещении туристов (лифты, подъемники, непрерывные транспортные средства);
- ** являться объектом туристского интереса (музеи транспорта, инженерные транспортные сооружения и архитектурные вокзальные комплексы, детские железные дороги, монорельсовые дороги);
- ** использоваться как стационарные и передвижные средства размещения.

Доставка туристов в destination

- Доставка туристов в destination может проводиться различными видами транспорта — воздушным, железнодорожным, автомобильным, водным. Выбор того или иного вида транспорта зависит от следующих факторов: удаленности пункта назначения; скорости доставки; стоимости перевозки; комфортабельности транспортного средства; желаемой степени информативности путешествия; возможности остановки в пути по собственному желанию; предоставляемых льгот; возможности провоза определенного количества багажа; сезона (времени) года; безопасности перевозки и др.



Источник: <https://ppt-online.org/706400>

Инновации экскурсионного продукта



- Музеи под открытым небом (скансены)
- Тематические и этнографические парки
- Военно-исторические реконструкции
- Экскурсии на трамвае, метро
- На велосипедах и сигвее
- Город вслепую



Законопроект «Об инновационной деятельности в РФ»



- Инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, реализованный в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности

Источник: <https://ppt-online.org/122960>



Источник: <https://ridero.ru/books/servisologiya/freeText/>

Раздел 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.1. Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта



<https://www.google.ru/search?q=%D0>

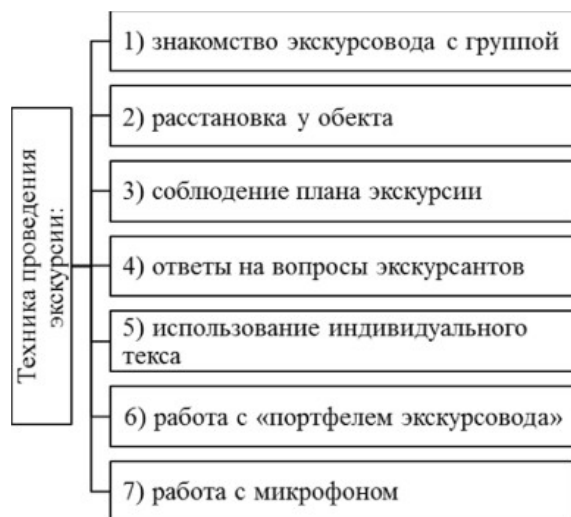


<https://www.google.ru/search?q=%D0>

Тема 7.2. Методика и технология общения с экскурсантами



<https://www.google.ru/search?q=%>



<https://www.google.ru/search?q=%>

Раздел 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.1. Инновационные методы работы с экскурсионной группой



<https://www.google.ru/search?>



<https://www.google.ru/search?>

Тема 8.2. Контроль качества экскурсионного продукта



<https://www.google.ru/search?q=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C+%D0%B>



<https://www.google.ru/search?q=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C+%D0%B>

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. Владение навыками конспектирования требует от студента целеустремленности, повседневной самостоятельной работы.

Методические материалы по самостоятельному решению задач

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

Методические материалы к выполнению реферата

Реферат (от лат. *refenre* – 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. 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. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 1. Введение в экскурсоведение

Тема 1.1. История возникновения экскурсионной деятельности.

Тема 1.2 Экскурсионные маршруты

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о истории возникновения экскурсионной деятельности
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсионной деятельности

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История экскурсионной деятельности России	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Экскурсоведение как теоретическая основа экскурсионной деятельности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Функции и признаки экскурсии. Классификация экскурсий	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Экскурсионная методика	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5	Виды экскурсионных программ	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
---	-----------------------------	--

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

В истории развития экскурсионного дела в нашей стране основное внимание уделялось методике подготовки экскурсий и технике их проведения, организации экскурсионного дела и содержанию экскурсионного обслуживания населения. В то же время мало внимания уделялось экскурсионной теории. Это обстоятельство вызывало тревогу у ученых-экскурсионистов.

В статье «Экскурсии по памятникам истории и культуры» Ф. Л. Курлат и Ю. Е. Соколовский отмечают: «Теория экскурсионного дела находится в стадии становления... Предстоит большая работа в области решения экскурсионных проблем.». В числе назревших проблем эти авторы называют разработку экскурсионной пропаганды, психолого-педагогических основ, терминологии экскурсионного дела, методов и приемов подготовки и проведения экскурсий, критериев оценки качества экскурсий.

В дословном переводе греческое слово «теория» означает **наблюдение, рассмотрение, исследование**. Этот термин рассматривается в нескольких значениях: 1) теория – обобщение опыта, общественной производственной практики, в котором находят отражение объективные закономерности развития природы и общества; 2) теория – совокупность обобщенных положений, образующих определенную науку или один из ее разделов; 3) теория – система идей в одной из отраслей знаний; 4) теория – высшая, самая развитая форма организации научного знания, дающая целостное представление о закономерностях существующих связей определенной области.

Когда мы рассматриваем вопросы экскурсионной теории, то: а) моделируем, какой в идеале должна быть экскурсия; б) имеем в виду механизм воздействия экскурсии на сознание человека; в) предполагаем осмысление, использование основных закономерностей и особенностей экскурсии; г) определяем критерии качества экскурсий, средства повышения их эффективности; д) формулируем теоретические основы экскурсионного дела.

Для работников туристско-экскурсионной отрасли **экскурсионная теория** — это общая сумма теоретических положений, которые служат основой экскурсионного дела, определяют главные направления его развития и совершенствования.

Экскурсионная теория – это совокупность понятий: функции экскурсии, ее основные признаки и аспекты; особенности показа и рассказа; экскурсионный метод; классификация экскурсий; дифференцированный подход к экскурсионному обслуживанию; методология и методика; элементы экскурсионной педагогики и логики; основы профессионального мастерства экскурсовода.

В экскурсионной теории важное место занимают вопросы, связанные с экскурсионным методом, методологией экскурсионного дела и методикой. Понятия «метод», «методология» и «методика» взаимосвязаны и обусловлены. Представим эту связь в следующем виде: связи понятий: метод, методика, методология.

Развитие экскурсионной теории, начатое в 1920-е годы, продолжается и в настоящее время. В течение первого периода это развитие базировалось на основах школьной педагогики. Классификация экскурсий, их признаки и функции, сам экскурсионный процесс определялись в расчете на экскурсии для школьников. При этом ученые-экскурсионисты и методисты исходили из задач и требований общеобразовательной школы. Исключением служил раздел музейных экскурсий, где делались попытки осмыслить экскурсионную теорию применительно ко всей массе экскурсантов (и взрослых, и детей). Научные сотрудники музеев и ученые Мо-

сковского научно-исследовательского института культуры в своих публикациях рассматривали некоторые вопросы экскурсионной теории, но до середины 1970-х годов серьезной разработки экскурсионной теории не было.

Известные ученые-экскурсионисты Ф. Л. Курлат и Ю. Е. Соловский в вышеупомянутой статье называют фамилии ученых, которым принадлежит бесспорная заслуга в постановке и разработке таких ключевых проблем теории экскурсионного дела, как определение экскурсий, педагогических и психологических основ экскурсионной работы, общей и частной методики школьных и массовых экскурсий; классификация экскурсий.

Нужно согласиться с ними в том, что теория экскурсионного дела уже в 1930-х годах развивалась в условиях творческих исканий и дискуссий и что в целом теория экскурсионного дела находится в стадии становления.

Более интенсивное развитие экскурсионной теории началось в 1970-х годах. Это объясняется передачей экскурсионного дела профсоюзам, которые создали специализированное подразделение – Главное экскурсионное управление, Центральную научно-исследовательскую лабораторию по туризму и экскурсиям и Центральные курсы по обучению туристско-экскурсионных работников.

Экскурсионное обслуживание является как самостоятельной деятельностью (например, в домах отдыха, клубах, школах), так и частью комплекса туристских услуг (в туристских фирмах). В настоящее время экскурсии классифицируются:

- а) по содержанию;
- б) по составу и количеству участников;
- в) по месту проведения;
- г) по способу передвижения;
- д) по продолжительности;
- е) по форме проведения.

Каждая группа имеет присущие ей компоненты, специфику и особенности.

По содержанию экскурсии подразделяются на обзорные (многоплановые) и тематические.

Обзорные экскурсии, как правило, многотемные. Не случайно их называют многоплановыми. В них используется исторический и современный материал. Строится такая экскурсия на показе самых различных объектов (памятников истории и культуры, зданий и сооружений, природных объектов, мест знаменитых событий, элементов благоустройства города, промышленных и сельскохозяйственных предприятий и т. д.).

В обзорных экскурсиях события излагаются крупным планом. Это дает общее представление о городе, крае, области, республике, государстве в целом. Хронологические рамки такой экскурсии - время существования города с первого упоминания о нем до сегодняшнего дня и перспективы развития.

Обзорные экскурсии имеют свои особенности. В отличие от тематических, в них формулировка темы представляет определенную сложность. Независимо от места, т&€ их готовят и проводят, они практически схожи между собой прежде всего по своей структуре. В каждой из них освещается несколько подтем (история города, краткая характеристика промышленности, науки, культуры, народного образования и др.). В то же время у обзорных экскурсий имеются свои отличительные черты. Они диктуются теми особенностями в историческом развитии, которые присущи определенному городу, области, краю. Например, военно-историческую подтему включают в обзорные экскурсии те города, на территории областей которых происходили военные сражения. Литературные подтемы включаются в обзорные экскурсии городов, связанных с жизнью и деятельностью писателей, поэтов и т. д.

Тематическая экскурсия посвящена раскрытию одной темы, если это историческая экскурсия, то в ее основу может быть положено одно или несколько событий, объединенных одной темой, а иногда более продолжительный период времени. Если это экскурсия на архитектурную тему, то предметом изучения могут стать наиболее интересные произведения зодче-

ства, расположенные на улицах и площадях города, а в большом городе - архитектурные ансамбли минувших веков.

Тематические экскурсии подразделяются на исторические, производственные, природо-ведческие (экологические), искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные.

Вопросы для обсуждения:

1. Сколько этапов развития экскурсионной деятельности можно выделить?
2. Когда появились первые экскурсии?
3. Кто проводил первые экскурсии?
4. Какие экскурсионные маршруты в России существуют?
5. Какие есть варианты построения маршрутов?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания

Тема 2.1 Разработка экскурсионных маршрутов

Тема 2.2 Технологии ведения экскурсии

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о разработке экскурсионных маршрутов
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсионных маршрутов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные технологии экскурсионного обслуживания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Основные этапы разработки экскурсии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция

		Лекция с применением обратной связи
3	Технология проведения экскурсии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Требования к технике ведения экскурсии	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Методические приемы проведения экскурсий.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

1 этап: Определение цели и задач экскурсии

Работа над любой новой экскурсией начинается с четкого определения ее цели. Это помогает авторам экскурсии более организованно вести работу в дальнейшем. Цель экскурсии - это то, ради чего показываются экскурсантам памятники истории и культуры и другие объекты.

2 этап: Выбор темы экскурсии

Каждая экскурсия имеет свою определенную тему. Это то, что положено в ее основу, на чем строится показ и рассказ. Она является критерием для отбора экскурсионных объектов, определяет содержание рассказа экскурсовода, особенно при показе многоплановых объектов, которые имеют обширную информацию и могут включаться в несколько различных экскурсий.

3 этап: Отбор литературы и составление библиографии

В ходе разработки новой экскурсии составляется список книг, брошюр, статей, опубликованных в газетах и журналах, которые раскрывают тему. Назначение списка - определить примерные границы предстоящей работы по изучению литературных источников, оказать помощь экскурсоводам в использовании необходимого фактического и теоретического материала при подготовке текста. Перечень литературы размножается на нескольких экземплярах для удобства в работе группы и тех экскурсоводов, которые в будущем будут готовиться к проведению экскурсий по данной теме. В перечне называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы.

4 этап: Определение других источников материала

Помимо публикаций в печати, могут быть использованы другие источники. Автор экскурсии составляет их перечень, в который входят государственные архивы, музеи, хроникально-документальные и научно-популярные кинофильмы, где содержатся материалы по теме экскурсии. В качестве источника могут быть использованы воспоминания участников и очевидцев исторических событий. При этом для рассказа должны быть отобраны только достоверные, тщательно проверенные факты и сведения

5 этап: Отбор и изучение экскурсионных объектов

Показ объектов, как уже отмечалось, является частью, занимающей главенствующее положение в экскурсии. Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии.

6 этап: Составление маршрута экскурсии

Маршрут экскурсии представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее правильной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности экскурсантов. Одна из задач маршрута - способствовать наиболее полному раскрытию темы.

7 этап: Объезд (обход) маршрута

Объезд маршрута является одним из важных этапов разработки новой экскурсионной темы.

8 этап: Подготовка контрольного текста экскурсии

Текст представляет собой материал, необходимый для полного раскрытия всех подтем, входящих в экскурсию. Текст призван обеспечить тематическую направленность рассказа экскурсовода, в нем формулируется определенная точка зрения на факты и события, которым посвящена экскурсия, дается объективная оценка показываемых объектов.

9 этап: Комплектование «Портфеля экскурсовода»

«Портфель экскурсовода» - это комплект наглядных пособий для экскурсии, который должен дополнять и восстанавливать недостающие звенья зрительного ряда. Это особенно важно в тех случаях, когда объекты показа дошли до нас в измененном виде или не сохранились вовсе. Тогда фотографии, рисунки, чертежи помогут восстановить первоначальный вид объекта.

Методика проведения экскурсий направлена на то, чтобы помочь экскурсантам легче усвоить содержание экскурсий. Делается это с помощью **методических приемов**, которые делятся на две группы - приемы показа и приемы рассказа, но практика требует применения еще более сложной классификации методических приемов: по их назначению, времени и месту использования и т. д.

Задача методических приемов - обеспечить наилучшую действенность экскурсионного метода сообщения знаний аудитории. Методические приемы могут быть рассмотрены в нескольких аспектах: как оптимальный способ выполнения определенных действий, как средство превращения пассивного осмотра в активное наблюдение объекта экскурсантами; как основа процесса трансформации устной информации в зрительную; как основа анализа и синтеза на экскурсии и т. д.

Все методические приемы, правильное использование которых составляет одну из основ профессионального мастерства экскурсовода, могут быть по своему назначению подразделены следующим образом:

- приемы непосредственного ведения экскурсии (показ и рассказ);
- приемы, направленные на создание условий для эффективного проведения экскурсии.

Классификация методических приемов

Методические приемы подразделяются на несколько групп в зависимости от их назначения: методические приемы, задача которых - помочь экскурсоводу установить прочные контакты между экскурсоводом и экскурсантами; приемы, задача которых добиться устойчивого внимания аудитории к наблюдаемому объекту; приемы, закрепляющие внимание к рассказу, возбуждающие у экскурсантов интерес к определенным вопросам; приемы, обеспечивающие зрительное восприятие экскурсионного материала.

В классификации приемов проведения экскурсии выделяются две группы:

Приемы показа, куда входят приемы, организующие наблюдение (изучение, исследование) объектов и позволяющие выделить объект из окружающей среды, из целого; приемы, задача которых, опираясь на воображение экскурсантов, сделать зримыми изменения во внешнем облике объекта; приемы, которые дают возможность увидеть объекты в нужном виде, построенные на движении - приближении экскурсионной группы к объекту, удалении от него, движении вдоль него.

Приемы рассказа - это приемы, построенные на пояснении объекта, описании его внутреннего вида и вызывающие у экскурсантов зрительные ассоциации, а также приемы репортажа, которые дают возможность понять изменения, происходящие в наблюдаемом объекте, и т. д.

Практически все методические приемы можно разделить на две категории: более простые, создающие условия для проведения экскурсии и более сложные - приемы непосредственного проведения экскурсий.

Методические приемы, как было сказано ранее, делятся на **общие**, применяемые на всех экскурсиях независимо от того, что показывается и о чем идет рассказ; **частные**, присущие одному виду экскурсий (производственных, музейных, природоведческих); **единичные приемы**, используемые при наблюдении какого-либо одного уникального объекта (например, Храм Покрова на Нерли в летний погожий день, когда здание отражается в водной поверхности прилегающего к нему озера). Такие приемы, как правило, являются "находкой" одного экскурсовода и не применяются всеми, кто проводит подобные экскурсии; приемы, используемые в определенное время года, дня.

При использовании методических приемов экскурсовод должен учитывать уровень подготовки группы, (например, знакомство со стилями в архитектуре, разновидностями монументальной скульптуры). Одни экскурсоводы используют на практике все приемы, другие ограничиваются двумя-тремя, третьи - не используют методические приемы. Качество проведения экскурсии зависит не только от знаний экскурсовода, не меньшую роль играет его умение применять на экскурсионном маршруте изученные приемы во всем их разнообразии. Сделать это могут профессионально подготовленные экскурсоводы.

Методические приемы показа

Наиболее многочисленную группу составляют приемы показа, которые позволяют упростить наблюдение объекта, выделяют его особенности, которые незаметны при обычном осмотре, дают возможность экскурсантам мысленно расчленить памятник на составные части, домыслить утраченные детали, "видеть" не существующий в настоящее время объект в его первоначальном виде, исторические события, которые происходили много лет назад.

Прием предварительного осмотра. Этот прием используется в тот момент, когда экскурсанты находятся на месте расположения памятника. Он представляет собой первую ступень наблюдения объекта. Существуют два варианта использования приема. Первый начинается со слов экскурсовода: "А это такой-то памятник, ознакомьтесь с ним". Тем самым он приглашает экскурсантов самим провести первоначальное наблюдение объекта, познакомиться с его внешним видом, увидеть какие-то детали. После этого экскурсовод направляет внимание группы на определение сущности объекта, что дает экскурсантам возможность:

- а) составить представление об исторической местности, где происходили рассматриваемые события;
- б) представить данный объект в естественной обстановке;
- в) дать определенную оценку объекту;
- г) получить представление о его природном окружении.

Второй вариант использования приема предварительного осмотра состоит в том, что началом служит краткое вступительное слово экскурсовода, в котором он ориентирует группу на то, что именно следует увидеть в ходе наблюдения объекта, какие его качества и конкретные особенности рекомендуется выявить в ходе наблюдения.

Прием панорамного показа дает возможность экскурсантам наблюдать (например, с панорамной площадки Воробьевых гор в Москве) вид местности. Для панорамного показа могут быть использованы башни, колокольни, крепостные стены, мосты и другие высокие точки, откуда открывается панорама города, поля сражения, долины, реки. Для активизации восприятия экскурсантами широкой картины, открывающейся перед ними, необходимо в наблюдаемой панораме выявить композиционный центр и обратить на него внимание группы. Другая особенность панорамного показа состоит в том, что в поле зрения экскурсантов попадает много объектов. Экскурсовод должен показать те объекты, которые раскрывают тему, перейдя от общего показа панорамы к частному.

Вопросы для обсуждения:

1. Каким должен быть экскурсовод?

2.Важно ли время в экскурсии?

3.Какие техники проведения рассказа существуют?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2.Раздел 3. Экскурсионный сервис

Тема 3.1 Технологии и технические средства в деятельности музеев и экспозиционных центров

Тема 3.2 Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

3.Цели занятия:

- Сформировать представление о технологиях и технических средствах в деятельности музеев
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экспозиционных центров

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные задачи, функции и направления деятельности музеев, экспозиционных центров и выставочно-ярмарочных комплексов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Концепция выставочно-ярмарочной деятельности в РФ.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Основные задачи и функции выставочных комплексов	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Дать определение понятию и содержанию туристских формальностей.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Особенности таможенных формальностей для разных стран.	Информационная

		лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Паспортно-визовые вопросы	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Настоящая Концепция определяет современное состояние и перспективы дальнейшего развития выставочно-ярмарочной деятельности в Российской Федерации. Она направлена на разработку комплекса мер в области государственной координации и поддержки рынка выставочных услуг с учетом интересов отечественных товаропроизводителей-участников выставочно-ярмарочной деятельности, предпринимателей и потребителей, выставочных организаций и представителей всех сфер выставочного бизнеса. Концепция нацелена на поддержку выставочной деятельности в субъектах Российской Федерации, призвана содействовать развитию экономики регионов страны и выходу отечественных организаций на зарубежные рынки. В рамках настоящей Концепции рассматриваются вопросы, связанные с подготовкой и проведением выставочных мероприятий на территории Российской Федерации, а также участием российских организаций в выставках и ярмарках за рубежом.

1.1. Цель Концепции.

Целью Концепции является разработка мер, направленных на создание условий и формирование механизмов, обеспечивающих: - повышение эффективности выставочной деятельности как одного из рычагов развития рынков; - развитие внешнеэкономических связей организаций и регионов Российской Федерации, содействие повышению эффективности экспорта отечественной продукции; - удовлетворение растущего спроса российских организаций на услуги выставочно-ярмарочной сферы; - развитие внутреннего рынка Российской Федерации, наполнение его качественными конкурентоспособными товарами.

В настоящее время в выставочно-ярмарочной деятельности имеется ряд нерешенных проблем: - действующая нормативная правовая база не в полном объеме регулирует вопросы выставочно-ярмарочной деятельности и требует разработки дополнительных нормативных правовых актов; - отсутствует скоординированный подход к планированию по срокам и тематике приоритетных выставочных мероприятий, проводимых в России и за рубежом, а также общая идеология формируемых на них экспозиций - в первую очередь, национальных и региональных; - имеющиеся методики экономического анализа выставочно-ярмарочной деятельности не позволяют в полной мере определить ее влияние на экономику России, не ведется обобщенная статистика по выставочным организациям, что затрудняет анализ текущего состояния этой сферы деятельности и составление прогноза ее развития; - отсутствует концептуальный подход федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Федерации к организации выставочно-ярмарочных мероприятий, имеющих особо важное значение для экономики Российской Федерации; - в ряде случаев имеет место ведомственная разобщенность в подходе к вопросам государственной поддержки выставочно-ярмарочной деятельности; - материально-техническая база выставочной деятельности недостаточно развита и не в полной мере соответствует международным требованиям.

1.2. Задачи Концепции.

Задачами Концепции являются: - обеспечение равных условий конкуренции для всех участников выставочно-ярмарочной деятельности; - содействие координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Фе-

дерации, торгово-промышленных палат, предпринимательских и выставочных союзов, общественных организаций и структур выставочного бизнеса в области организации и проведения приоритетных выставочно-ярмарочных мероприятий; - разработка основных форм государственной поддержки и стимулирования участия российских организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых в России и за рубежом - как одно из направлений содействия российскому экспорту; - определение роли федеральных органов исполнительной власти в координации и поддержке выставочно-ярмарочной деятельности в субъектах Федерации; - определение основных направлений формирования нормативной правовой базы выставочно-ярмарочной деятельности; - разработка основных направлений развития материально-технической базы выставочно-ярмарочной деятельности; - содействие повышению экономической эффективности выставочно-ярмарочной деятельности и увеличение на этой основе поступлений финансовых средств в федеральный и местные бюджеты Российской Федерации; - содействие соблюдению в практике выставочно-ярмарочной деятельности принципов и положений, обусловленных в правовой базе международной выставочной деятельности, а также обязательств, вытекающих из соответствующих соглашений Российской Федерации с зарубежными странами; - организация системы подготовки выставочных кадров и стимулирование развития научных исследований в сфере выставочно-ярмарочной деятельности.

На развитие международного *туризма* значительное влияние оказывают *таможенные системы* различных государств. *Таможенное законодательство* может, как способствовать развитию международной *туристской деятельности*, так и сдерживать ее путем усложнения различных *туристских формальностей*.

Под **туристскими формальностями** принято понимать процедуры, связанные с соблюдением *туристами*, лицами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленные государственными органами страны въезда и пребывания.

Гаагская декларация по туризму 1989 г. определила, что государствам и *туристской индустрии* следует принять эффективные меры по упрощению *туристских формальностей* и *таможенных процедур* относительно паспортов, виз, медицинского и валютного контроля при совершении путешествий, поездок и пребывания (принцип VI). *Туристские формальности* должны быть направлены на устранение препятствий при совершении путешествия, облегчение условий посещения *туристами* других стран и регионов.

Туристские формальности подразделяются на несколько больших разделов и включают:

- заграничные паспорта,
- визы,
- таможенные правила,
- валютный контроль и порядок обмена валюты,
- санитарные правила,
- режим въезда-выезда,
- особенности пребывания и передвижения иностранных туристов в стране,
- иммиграционные правила
- некоторые другие процедуры.

Под **санитарными (медицинскими) формальностями** понимаются процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, и их животными (если таковые имеются) установленных требований о вакцинации (прививках). Контроль соблюдения *формальностей* осуществляется специальными санитарными службами в пограничных пунктах, используемых для въезда и выезда из страны, и состоит обычно в проверке у *туристов* и путешественников международного сертификата о вакцинации. В необходимых случаях санитарные формальности предусматривают вакцинацию *туристов* и путешественников на месте или их временную изоляцию в карантине, если есть вероятность переноса инфекционных заболеваний. Для перевозимых *туристами* и путешественниками животных требуются соответствующие ветеринарные сертификаты.

Таможня является государственным органом, осуществляющим в соответствии с национальным законодательством контроль за прохождением через государственную границу грузов, багажа, пассажиров, почтовых отправок, денежных средств и драгоценностей, взимание установленных пошлин и других сборов, а также задержание грузов, которые не отвечают установленным законодательством условиям.

Таможенные формальности представляют процедуру, связанную с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств. Осуществление *таможенных формальностей* возлагается на *таможенную службу* в пограничных пунктах, используемых для въезда и выезда из страны (аэропорты, железнодорожные, морские и речные вокзалы, пункты пересечения границы на автодорогах).

Таможенные формальности для *туристов* и путешественников обычно состоят из письменного или устного **декларирования** перечня и количество перевозимых вещей, товаров и денег (валюты), разрешенных к перевозке. При этом заполняется таможенная декларация по форме Т-6.

Таким образом, *таможенные формальности* связаны с выполнением установленных государством *таможенных правил* и уплатой *туристом* налогов, пошлин, сборов и других начислений. Как представляется, основной проблемой при этом является большой разброс в решениях различных стран на беспошлинный ввоз и вывоз вещей и товаров: то, что пропущено на законных основаниях в стране выезда, может быть запрещено таможней в стране пребывания.

Что и как можно ввозить в страну *туристам*, определено постановлением Правительства РФ от 18 июня 1996 г. №808 "О порядке перемещения физическими лицами через *таможенную границу Российской Федерации* товаров, не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности". *Таможенная стоимость* товара определяется по его цене в розничной торговле и подтверждается чеком.

Вопросы для обсуждения:

1. Когда появились экскурсии за границу?
2. Какие технологии организации экскурсий за границу существуют?
3. Какие документы необходимы для оформления визы?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.

Тема 4.1 Виды дополнительных экскурсионных услуг

Тема 4.2 Обеспечение безопасности во время экскурсионного обслуживания

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о видах дополнительных экскурсионных услуг
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность дополнительной экскурсионной услуги

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общие правила оказания гостиничных услуг и услуг питания.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением

		ем обратной связи
2	Дать развернутую характеристику 4-м циклам обслуживания клиентов в гостинице	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Способы и технологии бронирования и резервирования	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Технологические особенности обслуживания клиентов поставщиками транспортных услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Особенности бронирования билетов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Трансферы, классификация, назначение, определение	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Технологическим циклом обслуживания клиента в гостинице является период его обслуживания с момента предварительного заказа им места или номера в гостинице до его отъезда из гостиницы. В связи с этим гостевой цикл можно разделить на четыре этапа:

- 1) до прибытия — бронирование (Reservation);
- 2) заезд (Arrival), который предусматривает регистрацию гостя (Check in Procedure) и его размещение (Accommodation);
- 3) проживание (Staying) гостя в туристско-гостиничном комплексе (ТГК) и обслуживание во время проживания;
- 4) выезд (Departure), который включает в себя выписку гостя (Check out Procedure).

Основной гостиничный продукт — номера. *Сопутствующими гостиничными* продуктами выступают услуги или товары, необходимые потребителю для использования основного продукта: это телефоны в номерах, рестораны, бары, услуги прачечной или химчистки, услуги парикмахерской, услуги по предоставлению транспорта, туалетные (косметические) принадлежности. *Дополнительные гостиничные продукты* придают основному продукту новые выгоды и помогают отличить данный продукт от продуктов конкурирующих компаний. *Дополнительным продуктом* в гостинице могут служить: крупный, хорошо оснащенный бизнес-центр, рос-

кошный салон красоты, оздоровительный центр с большим набором услуг, киноконцертный зал, богатая библиотека, смотровая площадка. Между сопутствующим и дополнительным продуктом *нет большой разницы*. Порой сопутствующий продукт в одной гостинице является дополнительным продуктом в другой.

В гостиничном и ресторанном деле проблематично провести различия между основным и дополнительным предложениями. Многое зависит от восприятия клиентов, а также от принадлежности предприятия к конкретному типу или категории. Так, гости высококлассных гостиниц воспринимают многие дополнительные услуги как основные, как нечто само собой разумеющееся. Если сравнивать гостиничные предприятия разных типов, например, бизнес-отель, курортную гостиницу, съют-отель, то основная услуга в одном — бассейн в гостинице — воспринимается как дополнительное благо в другом. Размещение и обслуживание — это главные составные части предложения как основных, так и дополнительных услуг данного бизнеса.

Различия в них обусловлены категорией и типом конкретного предприятия. Совокупность материальных и нематериальных продуктов и услуг должна формироваться посредством гармоничного соединения основных (размещение, организация питания) и дополнительных услуг в комбинацию предложения для специфической целевой группы.

Безопасность обеспечивается хорошим освещением, присутствием представителей специальной службы или установкой автоматической системы охраны. *Постоянство высокого качества обслуживания* должно сохраняться во времени на прежнем уровне. *Постоянство качества услуг* — залог успеха и процветания предприятия. Если во время своего пребывания в ТГК гость получил ряд услуг, он должен быть уверен, что в следующий свой приезд качество услуг будет на прежнем уровне. Если, например, гость привык к определенному набору продуктов и напитков в мини-баре номера, а в следующий приезд он этого не обнаружит, это будет свидетельствовать о понижении качества обслуживания. *Поведение персонала* доставляет удовольствие, если к клиенту проявляется уважительное отношение. Например, гость, радушно встреченный администратором ресторана, непременно запомнит этот незначительный, но приятный факт и в следующий раз, решая, где бы пообедать, несомненно сделает выбор в пользу понравившегося любезным приемом заведения.

Полнота набора предложенных услуг определяется его соответствием ожидаемому уровню. *Условия*, в которых предоставляется услуга, — это окружающая среда и физическое окружение. *Доступность* услуги определяется легкостью, с которой можно получить обслуживание. *Время* измеряется длительностью ожидания, которое может предшествовать получению обслуживания.

А. Кедотт и Н. Терджен предложили четыре группы критериев для определения важности элементов обслуживания с точки зрения качества и удовлетворения нужд потребителей гостиничной услуги.

Критические: чистота в гостиничных номерах, чистота общественных помещений, безопасность, здоровая пища. Критическими эти элементы называются потому, что их наличие или отсутствие вызывают положительную либо отрицательную реакцию. Кроме того, игнорирование этих стандартов может остаться незамеченным лишь в критических ситуациях.

Нейтральные: цвет униформы обслуживающего персонала, палитра красок интерьера, расположение автомобильной стоянки. Эти элементы, наоборот, создают максимальную нейтральную зону и не оказывают сильного воздействия на уровень качества. Поскольку они довольно слабо влияют на степень удовлетворения потребителей, на них не стоит затрачивать значительные управленческие усилия и денежные средства.

Планируя свой отдых в другом городе или стране, хочется договориться обо всём заранее, чтобы потом не нервничать. Многие гостиницы и отели мира предлагают своим гостям дополнительную услугу - трансфер, часто входящую в пакетный тур, но что это значит и какие именно услуги получают, многие туристы не знают.

Трансфер - это заранее заказанная поездка по маршруту заказчика. Чаще всего заказывают трансфер, чтобы быстро и безопасно приехать из аэропорта в гостиницу и обратно. В зависи-

мости от вида трансфера для предоставления услуг используется автотранспорт от легковых автомобилей до автобусов.

Услуги, входящие в стоимость трансфера:

1. организованная встреча в аэропорту или вокзале;
2. подача автотранспорта с личным водителем;
3. ожидание прилета самолёта или прибытия поезда (неограниченно по времени);
4. ожидание выхода туриста (1 час) после посадки самолёта или прибытия поезда;
5. оплата платных стоянок;
6. гарантированная доставка туриста до пункта назначения и помощь в размещении;
7. провоз багажа (ограничений по объёму нет).

Основные виды трансфера:

1. индивидуальный;
2. групповой.

Индивидуальный трансфер - необходим для осмотра достопримечательностей, похода за покупками или посещения различных мероприятий. Индивидуальный трансфер возит туристов по разработанному маршруту. Персональный водитель будет везде сопровождать туриста, ожидать необходимое время и даже расскажет о других интересных местах по пути следования. Обычно водителя подбирают со знанием иностранного языка, чтобы было удобно общаться, и турист мог получить ответы на возникающие вопросы.

Такой вид трансфера является самой востребованной услугой среди туристов, так как личная безопасность и гарантии выполнения - это самое важное в успешной поездке в другую страну.

Групповой трансфер - означает, что встреча и перевозка от аэропорта до гостиницы будет совершаться группой туристов на автобусе или микроавтобусе.

Когда нужно заказывать групповой трансфер:

1. для проведения экскурсий;
2. в деловых поездках;
3. для доставки группы деловых партнёров в желаемое место назначения;
4. для проведения торжественных мероприятий (свадьбы, Дней Рождения);
5. при организации конференций или конгрессов.

Помимо этих двух основных видов трансфера, транспортные компании ещё предоставляют следующие:

1. общий трансфер - имеется в виду перевозка с другими людьми, которые едут в том же направлении или в то же место назначения;
2. бизнес-трансфер или VIP-трансфер - перевозка с повышенным уровнем комфорта (автомобиль высокого класса, лимузины, напитки во время передвижения, дополнительные услуги);
3. паромный трансфер - перевозка к месту назначения (в Венеции или на островах).

Воспользоваться услугой трансфера гораздо удобнее, чем ловить такси на вокзале или в аэропорту. Трансфер - это намного удобнее, надёжней и, в некоторых случаях, даже дешевле. И уж точно, добираться до гостиницы на заранее заказанном автомобиле с профессиональным, отлично знающим город водителем, гораздо удобнее, чем на общественном транспорте. Особенно трансфер актуален, если город большой и знаком гостю в лучшем случае по карте.

Вопросы для обсуждения:

1. Какими способами обеспечивают безопасность во время экскурсии?
2. Как государство регулируют данную сферу?
3. Какие факторы риска существуют?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 5. Технологии экскурсионного обслуживания

Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания

Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о технологиях обеспечение услуг питания

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность услуги питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристика посуды, приборов и столового белья.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Подготовка торгового зала к обслуживанию.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Искусство оформления стола.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Технологии обслуживания авиапассажиров.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Технологии обслуживания экскурсантов на железнодорожном транспорте.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Технологии обслуживания пассажиров автомобильным транспортом.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Подготовка к обслуживанию состоит из ежедневной уборки торговых помещений, расстановки мебели, получения посуды, приборов, столового белья и сервировки столов. Убор-

ка в торговых помещениях производится в утренние часы и заканчивается за 1-2 часа до открытия предприятия.

Подготовка торгового зала к обслуживанию осуществляется в 4 этапа: 1).Уборка помещения, расстановка столов и стульев, получение белья и накрытие столов скатертями. 2).Подготовка и получение столовой посуды и приборов к сервировке столов. 3).Сервировка столов. 4).Личная подготовка бармена или официанта.

1).Уборка помещения: ежедневная в течении дня, генеральная 2 раза в месяц. Моют мебель, холодильники, окна, витрины. Уборку производят в определённой последовательности в зависимости от типа уборки. Сначала подметают, а затем вытирают пыль при влажной уборке, и наоборот при сухой уборке. Для уборки используют пылесосы, электро-поломоечные машины, совки, вёдра, веники и т.д. Уход за растениями, украшающих торговый зал. С осветительных приборов тщательно удаляют пыль, проверяют их работу. Проветривают: воздух должен быть свежим и прохладным. Уборку заканчивают, метрдотель в ресторане осматривает качество и даёт дальнейшие указания по расстановке столов. В течении дня при необходимости производится уборка (текущая - совком и веником). Столы используются 2-4-6 местные. При расстановке столов необходимо освободить главный проход-2 метра. Расстояние между рядами столов -1,5 метров. Столы ставят с расстоянием спинок стульев 35-50 см. Расстояние между стульями за столом -30 см. Расстояние столов, сервантов от стен -20 см. Квадратные столы чаще в центре. Круглые в нишах и в центре. Прямоугольные у стен, и в середине зала. 2-х местные в нише у стен. 6-ти местные у стен по диагонали. Не следует размещать столы на одной линии со входной дверью. Столы можно расположить прямыми линиями, группами, зонами, шахматным порядком. Бармен-официант осматривает столы, проверяет находятся ли они в одном ряду в установленном порядке. Ровно ли стоят ножки. Он устраняет недостатки. Проверяет кресла и стулья. Треснувшие и расшатанные заменяют. 2).Получают посуду, приборы протирают, наполняют соль, горчицу (не более чем на 1/3-1/2 флакона), заменяют воду в вазах. При получении белья смотрят на его состояние: чистоту, отглаженность, накрахмаленность. Посуда должна быть без трещин, и сколов с одинаковым рисунком. Запас белья и посуды размещают в серванте и на подсобных столиках.

Перед сервировкой столов официанты натирают посуду, столы накрывают скатертями. Края скатерти должны опускаться одинаково со всех сторон стола не менее чем на 25 см, но ниже сидения стула.

3) Сервировка столов может быть различной в зависимости от характера обслуживания (завтрак, обед, вечернее обслуживание, банкет).

В ресторане минимальная предварительная сервировка столов состоит из закусочной и пирожковой тарелок, столовых вилки и ножа, фужера, льняной салфетки, солонки, перечницы, вазочки с цветами. В зависимости от принятого заказа официанты дополняют сервировку стола.

Сервировку стола начинают с расстановки посуды из фарфора, затем раскладывают столовые приборы, ставят посуду из стекла или хрусталя для напитков, салфетки, специи, цветы. Пепельницы не входят в обязательную сервировку, их ставят по просьбе посетителей.

При предварительной сервировке для завтрака слева на расстоянии 10-15см от края стола ставят тарелки, кладут вилки рожками вверх справа от пирожковых тарелок, нбожи кладут на расстоянии 20-24см лезвием к тарелкам. Ручки вилок и ножей должны быть на расстоянии 2см от края стола. Затем между вилками и ножами размещают чайные ложки ручками вправо в 20-24см от края стола, расставляют фужеры, кладут или ставят сложенные салфетки, соль. Перец, вазочку с цветами. Салфетки можно положить на пирожковую тарелку. Закусочные тарелки могут быть поставлены при предварительной сервировке столов для завтрака, но как правило их не ставят, так как блюда на завтрак подают уже уложенными на тарелки. В дневное время при обслуживании по меню обеденных блюд, когда посетителям предлагается и меню порционных блюд, включающее разные закуски, на стол ставят и закусочные тарелки.

Обязательным элементом при сервировке стола являются салфетки. В большинстве ресторанов при сервировке столов и обслуживании посетителей используют полотняные салфет-

ки. Сложенная столовая салфетка помещается на стол для того, чтобы ею пользовались гости, и для украшения сервировки. Известно множество различных форм складывания салфеток. Но следует помнить, что чем меньше прикосновений рук к салфетке, тем она гигиеничнее. Однако в некоторых ресторанах поощряются более сложные стили складывания салфеток в эстетических целях.

Чтобы салфетка при складывании приобрела нужную форму, она должна быть средне подкрахмаленной, хорошо выглаженной, а в развернутом виде имела форму квадрата. Профессионально сложенная салфетка должна стоять сама по себе, без помощи столовых приборов или бокалов.

4) Подготовка персонала к обслуживанию. Важное значение имеет личная подготовка официантов к обслуживанию. От того, как подготовлен официант и как он ведет себя во время обслуживания, во многом зависит настроение людей, пришедших в ресторан. Официант должен хорошо знать меню и характеристику блюд, состав продуктов, из которых готовится то или иное блюдо, какой оно имеет вкус, с каким гарниром и соусом подаётся, должен знать качество напитков. При этих условиях официант может дать полезный совет посетителю при выборе блюд, умело предложить правильное сочетание отдельных блюд и напитков. Официант должен соблюдать нормы этикета. Официанты должны уделять большое внимание своему внешнему виду. Одежда и обувь должна быть единого образца и содержаться в чистоте. Опрятной должна быть и причёска, уделяется внимание чистоте рук и содержанию ногтей.

Обслуживание авиапассажиров при перевозке воздушным транспортом включает целый ряд процедур, направленных на обеспечение гарантии перевозки, соблюдение условий безопасности полетов, а также выполнение требований различных государственных органов, предъявляемых к гражданам, пользующимся услугами авиаперевозчиков. Для прохождения этих процедур пассажир обязан прибыть в аэропорт заблаговременно. Как правило, на международных рейсах время прибытия пассажира в аэропорт составляет 2,5 ч до вылета воздушного судна, а на внутренних 2 ч. Это время необходимо для прохождения пассажиром предполетных административных формальностей и процедуры регистрации. Время начала регистрации билета и оформления багажа перед вылетом устанавливается перевозчиком и должно быть указано в билете или другом документе, вручаемом пассажиру при продаже билета. Если такая информация не была предоставлена, то в случае опоздания на рейс пассажир (в соответствии со ст. 10 «Закона о защите прав потребителей») имеет право потребовать возмещения убытков, возникших в результате непредоставления информации.

Пассажир международной перевозки проходит следующие административные формальности: - таможенный досмотр; - санитарно-эпидемиологический контроль (при необходимости); - паспортно-визовый (пограничный) контроль; - специальный контроль безопасности полетов. На *внутренних перевозках* пассажиры проходят специальный контроль безопасности полетов и досмотр багажа.

5.1. Регистрация пассажиров на воздушный рейс

Под регистрацией понимается сверка пассажиров, пришедших на рейс, со списками забронированных пассажиров, фамилии которых внесены в PNL (Passenger Name List пофамильный список пассажиров рейса). Эта процедура осуществляется за регистрационной стойкой, снабженной указателем номера и маршрута рейса. Одновременно с регистрацией пассажиров на рейс происходит и оформление их багажа. Для этого зоны регистрации оборудуются весами для взвешивания багажа и ручной клади, установками для досмотра багажа, транспортерами, средствами связи. Регистрация пассажиров и оформление багажа пассажиров бизнес- и эконом-класса осуществляются, как правило, за различными регистрационными стойками. Однако если регистрация происходит за одной стойкой, то она проводится в приоритетном отношении пассажиров бизнес-класса.

Порядок регистрации пассажиров на рейс осуществляется следующим образом: - оператор регистрационной стойки берет у пассажира авиабилет и документы, удостоверяющие личность пассажира; - сверяет соответствие фамилии, указанной в паспорте (или другом до-

кументе, удостоверяющем личность пассажира), с фамилией в билете; - проверяет действительность билета, место и дату выдачи, наличие подписи агента, данные бронирования (код перевозчика, номер рейса, дату вылета, статус бронирования, вид тарифа, норму бесплатного провоза багажа, класс обслуживания), при необходимости наличие штампа «Передаточная надпись/Ограничения»; - сверяет фамилию пассажира по списку забронированных пассажиров в PNL и отмечает их в Бланке регистрации пассажиров (эти Бланки составляются отдельно для каждого класса обслуживания). Если в билете пассажира указан статус ОК, а его фамилия не внесена в PNL и рейс полностью загружен, то оператор, установив причину отсутствия фамилии пассажира в PNL, должен предложить пассажиру либо перевозку другого перевозчика в этот же день, либо перевозку ближайшим своим рейсом и обеспечение проживания в гостинице за свой счет, либо сделать возврат денег за оплаченный билет без штрафных санкций. В дальнейшем устанавливается конкретное лицо, виновное в данной ошибке бронирования.

После сверки фамилии оператор закрепляет за пассажиром конкретное место в салоне самолета, исходя из класса обслуживания. При этом обычно учитываются интересы пассажиров место у окна или у прохода, рядом со спутником (двойные, тройные места) или отдельно, в салоне для курящих или для некурящих. В некоторых случаях оператор сам определяет место в салоне для пассажира. Так, места у аварийных выходов предпочтительно предоставлять пассажирам без явных физических или умственных недостатков, способных в случае эвакуации оказать помощь другим пассажирам или, по крайней мере, не препятствовать эвакуации в силу своего немощного состояния. Пассажиры, которые не смогут ускорить процесс эвакуации из самолета, размещаются на местах, не загораживающих подходы к аварийному оборудованию и выходы. К таким пассажирам относятся лица с явными физическими или умственными недостатками; лица, чье здоровье не позволяет им быстро передвигаться; дети до 12 лет. В знак закрепления за пассажиром места ему выдается посадочный талон, где указаны номер конкретного места, дата и номер рейса, порядковый номер по ведомости регистрации, а также номер выхода, через который будет производиться посадка на самолет.

Вопросы для обсуждения:

1. Какими способами обеспечивают безопасность и комфорт во время транспортного обслуживания?
2. Какой транспорт в основном используют?
3. Каким должен быть водитель?

2. Раздел 6. Разработка и создание новых экскурсионных продуктов

Тема 6.1 Инновации в экскурсионной деятельности.

Тема 6.2 Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов.

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о инновациях в экскурсионной деятельности
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность инновации

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные понятия и определения.	Информационная

		лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Информационные технологии в сфере услуг.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Причины, по которым инвестируют в новые технологии.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Классификация систем безопасности.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
5	Состав и функциональные характеристики систем безопасности	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
6	Как правильно выбрать систему безопасности?	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

Сложился стереотип, что сервисная фирма - то небольшое, трудоемкое учреждение с несложными процессами, не требующими или требующими незначительных инвестиций в технологии. Но данная точка зрения не подтверждается на практике: с начала 80-х гг. сервисные фирмы делают значительные вложения в информационные технологии. Например, в 2001 г. только отрасль здравоохранения США потратила \$30 млрд. на информационные технологии.

Подобно тому, как XIX век стал «отцом» промышленной революции, 20 столетие «породило» информационную революцию. Понятие информационной революции связано с бурным развитием технологий, обеспечивающих быстрые и дешевые методы передачи, обработки, хранения и получения информации. Стремительное развитие электроники привело к тому, что за последние несколько десятков лет в сервисном секторе экономики стали широко применять-

ся самые разнообразные новые информационные технологии, которые можно условно разбить на две группы – *технологии корпоративной работы и технологии индивидуальной работы*.

Технология баз данных (БД) и систем управления БД (СУБД). БД - достаточно большие наборы структурированных данных некоторой предметной области, представленные на машинных носителях и имеющие общую и удобную структуру, единые организационно-методические, программно-технические и языковые средства обеспечения использования данных различными программами пользователей. В последнее время распространяется технология удаленных БД. Она базируется на коллективном доступе пользователей к информационным ресурсам, сосредоточенным на *едином компьютере*, или *хост-компьютере*, в диалоговом режиме по сетям передачи данных.

Создание *экспертных систем* - накопление опыта, знаний, умений, навыков высокого уровня профессионалов-экспертов, структурирование и хранение, актуализация с помощью ЭВМ с целью получения экспертных суждений по различным проблемам данной области.

Офисная автоматизация связывается с такими технологиями, как персональные компьютеры, текстовые редакторы, электронные таблицы, электронная и голосовая почта, факсимильное оборудование, проведение телеконференций. Текстовые редакторы значительно повышают скорость обработки документов, их редактирования, копирования, печати и хранения. Благодаря применению электронных таблиц сокращаются сроки анализа огромных объемов данных. Электронная почта и факс позволяют быстро и эффективно передавать и распространять информацию среди других пользователей. Цели голосовой почты в основном аналогичны электронной, но она предназначена для передачи, хранения и получения вербальной информации. Телеконференции позволяют обеспечивать интерактивный обмен информацией и образам в реальном времени. Благодаря этому данная технология постепенно вытесняет практику обычных собраний, что уже привело к значительному сокращению командировочных расходов, обеспечив при этом быструю реакцию на любые проблемы, возникающие в самых разных точках мира.

В системах распознавания образов современные оптические и цифровые технологии используются для сканирования, хранения и воспроизведения образов любого уровня сложности. Новые технологии, использующие штрих - коды, позволили значительно снизить уровень товарно-материальных запасов, точнее отслеживать структуру сбыта. Банки используют эти технологии для анализа и поисков счетов и остатков сумм на них.

Электронный обмен данными позволяет информационные системы одной фирмы (например, закупочной) электронным способом преобразовать во вводимые данные информационной системы другой фирмы, (например, специализирующейся на сбыте) без каких - либо задержек, неизбежных при использовании обычной почты. Обеим фирмам при этом не приходится заниматься вводом этих данных. Некоторые банки позволяют своим клиентам - коммерческим фирмам самостоятельно управлять их кассовыми счетами путем введения данных непосредственно на счета в компьютере банка через систему электронного обмена.

Сетевые компьютерные системы соединяют компьютеры в единую систему, или сеть, как между собой, так и с принтером, ксероксом, факс- аппаратами. Они позволяют клиентам общаться между собой и совместно пользоваться аппаратным обеспечением и программами.

Рассмотрим пример медицинской видеоконференции как наиболее убедительного и яркого примера использования информационных технологий в сфере услуг. Используя современное медицинское оборудование - томографы, эхокардиографы и другое оборудование высококвалифицированный медицинский персонал крупных больниц и клиник может провести удаленную диагностику пациентов региональных (вплоть до районных) медицинских учреждений и обсудить с лечащими врачами диагноз, стратегию и методы лечения в режиме видеодиалога (конференции).

Структура системы безопасности может быть разной, все это может зависеть от конкретного вида предприятия, будь то банк, магазин, складское помещение и т.д. Организовывать такую структуру нужно сознательно и целесообразно, предельно применяя опыт специалистов в сфере охранных услуг.

Состав и численность службы безопасности (СБ) определяются потребностями предприятия и уровнем гласности информации. Так же немаловажным является учет масштаба и мощности предприятия. Так как все это является серьезным аргументом, для успешного обеспечения ведения контроля за организацией. Защита предприятия может обеспечиваться по-разному — от абонентского обслуживания силами частных охранных агентств до создания собственной службы и системы безопасности.

Опорными точками такой структуры являются:

- • назначение на пост руководителя структуры высококвалифицированного специалиста;
- • создание совета занимающегося рассмотрением вопросов безопасности фирмы;
- • организация целого штата сотрудников, подразделенных на отделы — охраны, режима, кадров, документов с КТ, инженерно-технических средств безопасности и контрразведывательной и информационно-аналитической деятельности;
- • линейные подразделения фирмы, деятельно принимающие участие в снабжении экономической безопасности (кадровое, финансовое, плановое, юридическое, маркетинга и др.).

Решение о создании системы безопасности принимается руководством предприятия в соответствии с ее уставом.

Ответственный за систему безопасности предприятия — это либо непосредственно директор, либо один из заместителей. Такой специалист должен хорошо ориентироваться и разбираться в вопросах систем безопасности.

Служба безопасности предприятия — самостоятельное структурное подразделение. Она решает задачи по непосредственному обеспечению защиты жизненно важных интересов предприятия в условиях коммерческого и производственного риска, конкурентной борьбы.

В состав службы безопасности организации входят:

- • отдел охраны;
- • отдел режима;
- • отдел кадров;
- • отдел специального документооборота (отдел документов под грифом «коммерческая тайна»);
- • отдел контрразведки и информационно-аналитической деятельности.

Угрозы безопасности информации и их классификация

Используются два понятия: «информационная безопасность» и «безопасность информации».

Термин «информационная безопасность» наиболее часто используется применительно к конкретной системе (например, информационная безопасность информационно-телекоммуникационной сети и т.д.), объекту (например, информационная безопасность объекта информатизации) или даже государству (например, информационная безопасность Российской Федерации).

Основными объектами обеспечения информационной безопасности в информационных и телекоммуникационных системах являются:

- информационные ресурсы, содержащие сведения, отнесенные к государственной тайне, и конфиденциальную информацию;
- средства и системы информатизации (средства вычислительной техники, информационно-вычислительные комплексы, сети и системы), программные средства (операционные системы, системы управления базами данных, другое общесистемное и прикладное программное обеспечение), автоматизированные системы управления, системы связи и передачи данных, осуществляющие прием, обработку, хранение и передачу информации ограниченного доступа, их информативные физические поля;
- технические средства и системы, обрабатывающие открытую информацию, но размещенные в помещениях, в которых обрабатывается информация ограниченного доступа, а также сами помещения, предназначенные для обработки такой информации;
- помещения, предназначенные для ведения закрытых переговоров, а также переговоров, в ходе которых оглашаются сведения ограниченного доступа.

Совокупность информационных ресурсов, содержащих сведения ограниченного доступа, технических средств и систем обработки информации ограниченного доступа (ТСОИ), вспомогательных технических средств и систем (ВТСС), помещений или объектов (зданий, сооружений), в которых они установлены, составляет защищаемый объект информатизации (ОИ).

Защищаемые объекты информатизации должны аттестовываться по требованиям безопасности информации. Поэтому термин «информационная безопасность» наиболее целесообразно применять именно к защищаемому объекту информатизации. При этом под информационной безопасностью объекта информатизации будем понимать состояние его защищенности, при котором обеспечивается безопасность информации, технических средств и систем ее обработки, а также информационных технологий, с использованием которых осуществляется обработка информации.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое экскурсионный продукт?
2. Какие подходы к формированию экскурсионного продукта существуют?
3. При формировании тура следует учитывать какие свойства?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.1. Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта

Тема 7.2. Методика и технология общения с экскурсантами

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о принципах дифференциации потребителей экскурсионного продукта

- Раскрыть основные положения психологических аспектов экскурсионного обслуживания

- Сформировать представление о методике и технологии общения с экскурсантами

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дифференциация потребителей экскурсионного продукта. Целевая аудитория.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Эффективные приемы общения с экскурсантами, типичные ошибки при общении с экскурсантами и рекомендации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Психотипы экскурсантов. Эффективные приемы построения коммуникации с экскурсантами различных психотипов.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия

		Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Методические подходы к организации «обратной связи» экскурсовода с группой на экскурсии. Дифференцированный подход к обслуживанию различных экскурсионных групп.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Для успешного осуществления туристской деятельности менеджер должен знать психологию человека, понимать мотивацию желаний клиента, приходящего в фирму, без этого невозможно правильно построить тур, предложить нужный туристский тур и предложить его на рынке потребителя, а главное удовлетворить желания клиента, обеспечив ему сугубо положительные туристские впечатления и эмоции. Кроме этого, необходимо тщательное изучение моделей поведения человека в различных ситуациях, мотивации принятия решений, выбора предпочтений в видах отдыха. И это, безусловно, является необходимым для профессиональной деятельности менеджера туристской фирмы. Менеджер должен видеть своего клиента, понимать, что именно ему сейчас нужно, предлагать ли ему что-то экстремальное, либо же, видя его психологический настрой, предлагать более спокойный отдых. В менеджменте туристской деятельности, да и вообще в менеджменте есть более мягкое определение воздействия на подчиненных - влияние. Влияние - такое поведение одного индивида, которое вносит изменение в поведение другого. Выделяются две большие группы влияния в менеджменте: эмоциональное и влияние рассудочное. В группе эмоциональных средств влияния основное место занимает заражение. Эмоциональное заражение характеризуется практически автоматической, неосознанной передачей эмоционального состояния одного человека другому. Используя механизм заражения, менеджер может значительно повысить сплоченность коллектива, мобилизовать его на выполнение целей организации. В группу рассудочного влияния в деятельности менеджера входят внушение, убеждение. Эффект воздействия внушения достигается за счет личных качеств менеджера: его признания, авторитета, престижа. Внушение является односторонним воздействием. Многие менеджеры успешно влияют на людей с помощью внушения. Одни менеджеры легко и с удовольствием применяют в своей профессиональной деятельности различные способы положительного влияния на подчиненных, коллег, клиентов, другие это делают с большим трудом, а третьим сделать это просто не удастся, что в определенной мере связано и их темпераментом, характером и профессиональными качествами. Способный менеджер обладает умением понимать интонации, мимические изменения, динамику позы, противоречия в поведении. Он чувствует малейшие движения эмоций, изменения состояния собеседника и группы, оттенки взаимоотношений. Он обладает способностью по минимальному количеству внешних поведенческих признаков угадывать состояния людей, с большей точностью оценивать обстоятельства и факторы, предшествующие этому состоянию, и на основе интуитивной оценки особенностей личности каждого человека предсказывать его дальнейшее поведение, содействовать перестройке этого поведения в нужном для менеджера - организатора направлении. При этом в деятельности менеджера сохраняется ориентация на актуальную, значимую цель, без реализации которой существование группы теряет смысл. Однако, если социальная ситуация меняется, умелый организатор сразу же перестраивает и тактику, сохраняя выбранную стратегическую линию поведения. Особое значение имеет такое психологическое состояние человека, как рефлексия - это размышление (рассуждение) за другого человека, способность представить себя в психологической ситуации этого человека, как бы думать за

него, рассуждать «с его точки зрения». Способность рефлексировать в себе образ мыслей, суждения других людей - показатель высокой культуры мышления менеджера туризма. Для менеджера туризма очень важно владеть приемом убеждения, особенно при работе с клиентами, исходя из интересов клиента, а не собственных и основное средство воздействия на коллектив. Менеджер должен, не принуждая, уметь профессионально безобидно убеждать своих коллег, если это необходимо для будущего туристской фирмы, уметь убедить клиента, но не принудить, что именно этот туристский продукт необходимо приобрести и, что именно «наша» фирма во многом профессиональнее и качественнее «той». Приемы и способы психологического воздействия, как на коллег, так и на клиента во многом определяются подготовленностью менеджера, его компетентностью, организаторскими способностями и знаниями в области социальной психологии. Психологические методы руководства требуют, чтобы во главе коллектива были люди достаточно гибкие, умеющие использовать разнообразные аспекты управления. Если менеджер фирмы хочет добиться успеха, он, в первую очередь, должен четко представлять цели своей работы. Успех деятельности менеджера в этом направлении зависит от того, насколько сформируют здоровые межличностные отношения. В процессе общения осуществляется взаимный обмен разнообразной информацией - представлениями, интересами, идеями и так далее между менеджером, его клиентом или коллегой. Межличностное общение базируется на навыках, которые в процессе трудовой деятельности менеджера постоянно совершенствуются. Менеджер сферы туристского обслуживания, не должен недооценивать навыков межличностного общения, без которых невозможна эффективность работы туристской фирмы. В работе менеджера туристской фирмы происходит не только межличностное общение с клиентами фирмы, но и менеджер непосредственно должен обладать культурой общения и с коллегами по работе. Профессиональный менеджер должен максимум профессионально уметь поддерживать положительный климат общения с сотрудниками и всячески стараться избегать конфликтных ситуаций. Менеджер также должен уметь профессионально и безболезненно для организации решать такие ситуации, если они возникают. В среднем менеджеры туристского бизнеса тратят около 20% своего рабочего времени на разрешение конфликтов. Главная задача менеджеров состоит в том, чтобы определить конфликт и на начальной стадии, чтобы потом не тратить на него рабочее время. Установлено, что, если менеджер определяет конфликт на начальной стадии, он разрешается в 92%; на фазе подъема - 46%, а на стадии «пик», когда страсти накалились до предела, конфликты практически не разрешаются или разрешаются очень редко. Нельзя не отметить, что в определенных ситуациях источником возникновения конфликтов являются сами менеджеры. Многие нежелательные конфликты порождаются личностью и действиями самого менеджера, особенно если он склонен вносить в принципиальную борьбу мнений много мелочного, позволяет себе личные выпады, злопамятен, мнителен, не стесняется публично демонстрировать свои симпатии и антипатии. Причиной конфликтов может быть и его тщеславие, резкость, грубость в обращении со своими коллегами, с клиентами фирмы. Множество конфликтов возникает именно по вине таких менеджеров, которые все делают по-своему, не считают с мнением своих коллег, клиентов. Они не проявляют должной требовательности к себе, ставят во главу личный интерес и создают вокруг себя атмосферу вседозволенности. Несдержанность менеджера, неспособность правильно оценить ситуацию и найти верный выход из нее, неумение понимать и учитывать образ мыслей и чувствовать других людей и порождают конфликт. Особую сложность для менеджера представляет нахождение способов разрешения межличностных конфликтов, которые могут возникать среди самих менеджеров, с клиентами туристской фирмы. В случае с клиентом, менеджер заинтересован в сохранении взаимоотношений и предпочитает получить хотя бы минимальный результат. Наличие в туристской фирме определенного числа конфликтных ситуаций может препятствовать формированию благоприятного климата в фирме. Затянувшийся конфликт независимо от причины его возникновения, отрицательно влияет на моральную обстановку в коллективе, ведущую к стрессам, тревоге и разочарованиям. Ощущение работы в составе команды, или дух коллективизма, в туристической фирме обусловлены удовлетворительными взаимоотношениями между сотрудниками, занимающими равное положение и, такая обстановка может помочь

сотрудникам переносить возникающие время от времени падения спроса на их услуги, сезонность работы, жалобы клиентов. Менеджер должен стремиться идти навстречу как своим сотрудникам, так и своим клиентам и быть доступным для них. Даже в наиболее прогрессивной и хорошо управляемой фирме существуют такие ситуации и такие условия работы, которые вызывают стресс. Стресс - это состояние напряжения, возникающее у человека под влиянием сильного воздействия. Например, менеджер туристической фирмы испытывает стресс, когда не хватает времени для выполнения всего объема запланированных работ. У него возникает чувство беспокойства (стресс), если ситуация выходит из-под контроля. Есть проблема и нет ей альтернативы, но решить ее надо срочно. Это тоже стресс. Широко распространенной причиной стресса в туристской фирме является перегрузка менеджера, когда ему нужно выполнить непомерное количество заданий. В этом случае у него возникает чувство беспокойства, безнадежности и материальных потерь, тем более, как известно, в туристских фирмах система оплаты, сколько продал - столько и заработал. Неинтересная работа - тоже фактор стресса. Люди, имеющие более интересную работу, проявляют меньше беспокойства и менее подвержены физическим недомоганиям. Но причиной стресса также могут служить и разные события в жизни менеджера. Как отрицательные события в жизни, так и положительные могут вызвать стресс. В профессиональной деятельности менеджера туристской фирмы очень важным является уметь управлять собой в непредвиденных ситуациях, менеджер должен стараться избегать конфликтных ситуаций с другими менеджерами, не конфликтовать с клиентами, уметь находить компромисс в отношениях. Уметь не доводить себя до стрессовых ситуаций, правильно выйти из стресса также является необходимым профессиональным качеством для менеджера туристской фирмы. Менеджер, эффективно управляющий ситуацией, умеющий держать все под контролем - это залог успеха, как в личной деятельности, так и деятельности самой фирмы. Эффективность менеджера туристского обслуживания во многом определяется наличием индивидуальных черт руководителя соответствующих тем ролям, которые он должен выполнять в туристской организации. Существует более детальная и более близкая к российским условиям классификация ролей менеджера туристской фирмы: 1) «мыслитель» - общее осмысление положения дел в его подразделении, поиск оптимальных способов решения проблем; 2) «штабной работник» - обработка управленческой информации и составление документации; 3) «организатор» - координация работы сотрудников; 4) «кадровик» - отбор, расстановка, оценка персонала; 5) «воспитатель» - обучение и мотивация персонала; 6) «снабженец» - обеспечение группы всем необходимым для трудовой деятельности; 7) «общественник» - участие в качестве ведущего на совещаниях и заседаниях; работа с общественными организациями; 8) «инноватор» - внедрение передовых методов труда и научно - технических достижений в производство; 9) «контролер» - контроль за соблюдением организационных мер и качеством продукции; 10) «дипломат» - налаживание связей с другими учреждениями и представителями. Все эти роли менеджера можно встретить в современной, успешно развивающейся туристской фирме. Двигаясь к посту руководителя (топ - менеджмент) туристского предприятия, специалист начинает свою рабочую деятельность с должностей низшего уровня. Он может начать деятельность в таких отделах, как финансово - экономический менеджмент, менеджмент информационных систем и технологий, менеджмент продаж и в др. отделах, предусмотренных в системе туристской организации. Итак, становится видна вся сложность процесса гармонизации отношений и необходимость специальной подготовки, специальных знаний менеджерского состава, а в отдельных случаях - и привлечения специалистов. Индустрия туризма уникальна в том, что сотрудники туристской фирмы составляют часть продукта (товара), который предоставляется туристу. Менеджеры, - осуществляющие контакт с клиентом, - часть продаваемого товара. Таким образом, даже незначительные просчеты могут оказать большое влияние на качество товара и на успешное будущее самой фирмы. Как известно, потенциал власти в деятельности менеджера является мощным фактором оказания влияния на подчиненных и коллег. Наделенный властью, менеджер может требовать от подчиненных неукоснительного выполнения своих распоряжений и указаний. Успех профессиональной деятельности менеджера зависит и от воздействия личного авторитета менеджера. Результаты труда в туристском бизнесе во

многим зависят от целого ряда психологических факторов. Менеджер, зная особенности поведения каждого отдельного человека, может прогнозировать его поведение в нужном для коллектива направлении. Главным критерием здорового психологического климата является преобладание и устойчивость атмосферы взаимного внимания, уважительного отношения человека к человеку, духа товарищества, сочетающегося с высокой внутренней дисциплиной, принципиальностью и ответственностью, с требовательностью, как к другим, так и к себе. Недостаточное внимание к социальным и психологическим аспектам профессиональной деятельности менеджеров туристской деятельности вызывает нездоровые взаимоотношения в коллективе, что снижает производительность труда. Умение учитывать «человеческий фактор» позволит менеджеру целенаправленно воздействовать на коллектив, создавать благоприятные условия труда и, в конечном счете, сформировать коллектив с едиными целями и задачами. Именно такой менеджер, со знаниями в психологии, будет наиболее успешен и продаваем на туристском рынке труда. Поэтому можно с уверенностью сказать о том, что профессиональному менеджеру туристского обслуживания необходимо иметь знания в области психологии и социологии. Менеджеров любого уровня можно оценивать по двум основным критериям: результативности (возможности достичь желаемого результата) и эффективности (возможности достичь этого результата с наименьшими затратами). Итак, рассмотрены и проанализированы основные понятия, связанные с туристским менеджментом, функции, методы и роли эффективного менеджера. Но существуют также и определенные проблемы на предприятиях туризма. Этих проблем зачастую не избежать и, профессиональный менеджер должен знать эти проблемы и учитывать их. К ним относятся: 1. Высокая текучесть персонала, вызванная низким уровнем оплаты труда, монотонной, многочасовой природой труда, хотя, естественно есть и исключения; 2. Сезонность спроса означает, что большинство работников используются на временной или постоянной основе, что вызывает меньшую ответственность и ограничивает возможности реализации программ обучения; 3. Низкая квалификация, малая престижность многих работ, что создает сложности для набора подходящего персонала; 4. Низкие возможности для карьеры, продвижения, что не привлекает высококвалифицированных, мотивированных работников. Это во многом вызвано развитием малого бизнеса в сфере туризма; 5. Особые требования к работникам, что связано с работой с клиентами, - постоянное гостеприимство, доброжелательность. «Клиент всегда прав» - этот девиз должен работать в любых условиях, работник не должен нарушать ожидания клиентов; 6. Низкий опыт менеджмента, выражающийся в том, что руководящий состав предпринимателей туризма не имеет достаточного опыта в применении концепции управления человеческими ресурсами в современной интерпретации; 7. Небольшое количество обучающих программ для персонала, повышения его квалификации. В нашей стране происходит только становление системы подготовки кадров для сферы туризма. Для любой туристской фирмы штат профессионалов - это чрезвычайно большая ценность, уступающая по своей значимости лишь клиентам фирмы. Управление персоналом, причем качественное управление - это наиболее важная функция менеджера туристской фирмы. Линейные руководители выполняют весь объем управленческих функций, в ряду которых выбор и постановка целей и задач, организация, регулирование процесса деятельности, осуществление контроля, анализ этапных и итоговых результатов и выработка новых целей и задач, а также подбор и расстановка персонала для выполнения определенных проектов программ - все это проанализировано ранее, но каким же должен быть сам менеджер, какими профессиональными качествами и навыками он должен обладать для эффективного взаимодействия с коллегами и клиентами? Менеджеры - основной ресурс фирмы, но он легко обесценивается. Специфика туристской деятельности как объекта управления предопределяет характер труда менеджеров и требования, предъявляемые к их здоровью, образу жизни, а также к волевой, интеллектуальной, эмоциональным сферам, мировоззрению. Менеджер туризма в процессе профессиональной деятельности овладевает способами и средствами действий, представленными в соответствующей культуре, формируя знания, умения и навыки, которые включаются затем в индивидуальную предметную деятельность, что дает накапливать индивидуальный опыт. На основе этих способов он вырабатывает новые способы и приемы деятельности. Закрепление

индивидуальных норм и ценностей, формирование определенного отношения к окружающему миру означает, что у него появляется своя, внутренняя мерка для оценки своего поведения и поведения других людей. Определяясь в ценностях и границах своего поведения, он в меньшей степени зависит от ситуативных мнений и оценок окружающих, самостоятельно выбирает ценностно-допустимые цели и соответствующие нормам способы поведения, становится социально зрелой, самостоятельной личностью. Требования к экскурсоводу

Профессиональное мастерство экскурсовода
Пути повышения профессионального мастерства экскурсовода
Формы ораторского искусства экскурсовода
Невербальные средства общения в экскурсиях
Требования к экскурсоводу

Профессия экскурсовода, как и любая другая, требует от человека не только определенных знаний, но и навыков, которые приобретаются в ходе специального обучения и практики. В наше время экскурсоводов готовят высшие учебные заведения туристского профиля. До 60-х гг. XX в. работа экскурсовода была видом любительских занятий, то есть специалисты различных отраслей знаний, педагогики, музейные работники без отрыва от своей основной деятельности проводили экскурсии. К людям, которые выбрали для себя профессию экскурсовода, предъявляются следующие требования: хорошая дикция, знание экскурсионных тем, склонность к культурно-воспитательной работе, пополнения и совершенствования знаний, инициатива и творческий поиск, изучение интересов и запросов экскурсантов, воспитанность, эрудиция, вежливость, внимательность к экскурсантам, владение методиками, любовь к профессии, знание основ педагогики, психологии, логики, умение анализировать свои действия, давать объективную оценку, требовательность и принципиальность. В ходе подготовки новых экскурсоводов нужно помочь каждому специалисту овладеть необходимой системой знаний и умений. Правильно использовать потенциал специалиста - одна из задач подготовки. Социальный престиж (уважение) профессии экскурсовода связан с оригинальностью этого вида деятельности, интеллектуальным характером. У молодых людей, пожелавших стать экскурсоводами, что решающим фактором в выборе специальности является возможность общения с другими людьми, быть объектом внимания заинтересованной аудитории, получать ежедневную оценку своей деятельности. Престиж профессии тесно связан с профессиональным мастерством, он не распространяется автоматически на каждого конкретного экскурсовода, формируется и подтверждается в процессе деятельности на маршруте. Экскурсовод как личность должен иметь активную жизненную позицию, что выражается в отношении к труду, обществу, государству, самому себе. Уровень активности позиции зависит от воспитания, мировоззрения, убежденности, выработки профессиональных умений, от качества конкретной личности, ее стремлений и желаний. В силу особенностей профессии экскурсовода человек, ею овладевает, поставленный в условия, способствующие проявлению активной жизненной позиции. В формировании личности экскурсовода большую роль играют задатки и способности. Природную основу развития способностей составляют задатки - врожденные особенности нервной системы. Такие задатки, как память, наблюдательность, воображение, сообразительность, могут стать основой незаурядных способностей, то есть индивидуальных особенностей личности, являющиеся условиями успешного осуществления определенной деятельности. Существует разделение способностей на общие и специальные. К первым относится то, что нужно для овладения любой деятельностью: трудолюбие, настойчивость, наблюдательность и т.д. Для овладения навыками определенной профессии нужны специальные способности: музыкальные, литературные, художественные, математические и др. Для экскурсовода так же, как и для учителя, преподавателя, характерны четыре вида способностей: конструктивные, организаторские, коммуникативные, аналитические. Умение отобрать и правильно оформить материал экскурсии, понятно преподнести его - это конструктивные способности, которые служат основой для умственной деятельности экскурсовода. Так как экскурсовод руководит группой экскурсантов, направляет их внимание в нужное русло, важные организаторские способности. Установление деловых контактов с группой, правильное построение взаимоотношений с водителем автобуса, работниками музеев, гостиниц, другими экскурсоводами невозможны без коммуникативных способностей, то есть умение общаться. Для объективной оценки проведенной экскурсии, эффективности использования методов и приемов нужны аналитические способности. Не все

экскурсоводы имеют названные способности в равной степени. Убежденность личности должна стать неотъемлемым качеством экскурсовода. Она основывается на знаниях, идейности и активной жизненной позиции, проявляется в четкой направленности взглядов и действий, стремлении убедить экскурсантов в правильности своей точки зрения. Проведение экскурсии зависит и от темперамента. Эмоции экскурсовода, его настроение не должны влиять на ход экскурсии. Умение взять себя в руки является важной составляющей экскурсоводского мастерства. В подготовке экскурсоводов нужно уделять внимание преодолению тех черт характера, которые мешают правильно организовать работу с экскурсантами, при этом следует учитывать особенности того или иного типа темперамента. Экскурсовод должен знать о проявлениях темперамента, сущности и характере эмоций еще и по той причине, что все экскурсанты тоже личности. Свойства личности регулируют психическую деятельность человека. Экскурсовод не должен быть снисходительным к своей работе. Ему необходимо постоянно контролировать свои действия, в ходе экскурсии задавая себе вопрос: "Так ли я делаю?", "Правильно показываю объект?». Навыки самоконтроля нужно прививать на курсах подготовки, повышения квалификации. Уровень самоконтроля зависит от таких качеств, как мировоззрение, идейная убежденность, сознание. В результате сопоставления своих действий с определенными нормами экскурсовод проводит самооценку, которая должна быть объективной. Завышенная самооценка приводит к высокой высокомерия, нетерпимости к критике, занижена - к пассивности, пессимизма. Важно не только выявить имеющиеся в себя лично недостатки, но и уметь устранить их. Личность экскурсовода формируется во время всей деятельности человека: в школе, вузе, на работе, в быту, в ходе взаимоотношений с экскурсантами. Обязательными качествами должны быть оптимизм, моральное удовлетворение. Оптимизм выражается в доброжелательности, приветливости, вниманию к людям, умении создать нужный климат в группе, исправить плохое настроение. Этому способствуют приподнятый тон голоса, убежденность в пользе сообщаемых знаний, чувство юмора, вера в успех. Добрая улыбка иногда помогает справиться с трудностями, возникающими в ходе экскурсии, улучшают настроение группы и самого экскурсовода. Выполняемая экскурсия должна быть от радости, морального удовлетворения. В тех случаях, когда экскурсовод, оценив свою деятельность, не испытывает морального удовлетворения, он делает выводы для себя, что нужно исправить, улучшить, то есть совершенствуется. Каждый человек - индивидуальность, его отличают язык, стиль изложения, жесты, мимика. Все сказанное в полной мере относится и к экскурсоводу. Один имеет литературные способности, читает стихи, другой - умело использует паузы. Особенно ярко индивидуальность проявляется в опытных экскурсоводах, в них большое разнообразие используемых методических приемов. К тем, кто избрал для себя профессию экскурсовода, она предъявляет ряд требований. Среди них: склонность к участию в культурно-воспитательной работе; понимание значения экскурсии и своей роли в процессе воспитания; сознание своего долга; наличие хорошей дикции, определенных знаний по одной или нескольким экскурсионным темам; непримиримость к недостаткам, бескультурью, пережиткам прошлого в сознании и поведении людей; непрерывное пополнение и совершенствование своих знаний; чувство нового; инициатива и творческий поиск в работе; глубокое изучение интересов и запросов экскурсантов; дифференцированный подход к обслуживанию различных групп населения; воспитанность, высокая культура в работе и поведении, вежливость, тактичность в обращении с экскурсантами; владение методикой проведения экскурсий; любовь к своей профессии. Каждый экскурсовод должен обладать знанием не только своей специальности, но и знанием основ педагогики и психологии. Очень важно также, чтобы экскурсовод мог анализировать свои работы, уметь дать объективную оценку проведенной экскурсии, проявлял принципиальность и требовательность к себе. Профессия экскурсовода предполагает владение определенным кругом практических умений. Эти умения позволяют ему отобрать, сформулировать и эффективно донести свои знания до широкой аудитории. Каждый работник, избравший профессию экскурсовода, должен уметь: подобрать необходимый фактический материал, изучить его, подготовить индивидуальный текст экскурсии на определенную тему, составить методическую разработку, применять методические приемы на практике, использовать наглядные материалы «портфеля экскурсовода», прослушивать

экскурсоводов по своей отрасли знаний и оказывать им помощь, участвовать в пропаганде экскурсионных возможностей края. Практические знания и умения служат основой для участия экскурсовода в методической работе, позволяют руководить методической секцией, методическим кабинетом, вести занятия на курсах подготовки и повышения квалификации экскурсоводов, руководителей туристских групп, турагентств, оказывать помощь начинающим экскурсоводам. Владение практическими знаниями и умениями является прочной основой мастерства экскурсовода. *Престиж профессии - это уважение, которым она пользуется. Профессия экскурсовода престижна, что связано с привлекательностью, оригинальностью этого вида трудовой деятельности, ее уникальностью, интеллектуальным характером. Социальный престиж этой профессии основан на высокой оценке значимости деятельности экскурсовода, понимании его роли в проведении культурно-воспитательной работы. У молодежи, которая ставит своей целью стать экскурсоводами, решающим в выборе этой профессии является возможность общения с другими людьми, быть объектом внимания заинтересованной аудитории, получать повседневную оценку своей деятельности, вызывая положительные эмоции у экскурсантов. Профессиональное мастерство экскурсовода и престиж этой профессии – взаимосвязанные понятия. Однако следует иметь в виду, что моральный престиж профессии экскурсовода не переходит автоматически на личность каждого конкретного экскурсовода. Сам престиж личности ежедневно проверяется и подтверждается практической деятельностью экскурсовода в коллективе, на рабочем месте, главным образом на маршруте – в группе, где происходит демонстрация аудитории того главного и конкретного, что является неременной основой профессиональной престижности. Экскурсовод - центральная фигура экскурсионного дела. В довоенный период работа в качестве экскурсовода не была профессиональной, она представляла собой вид любительских занятий экскурсантов, в первую очередь педагогов. Иногда обязанности экскурсовода выполняли специалисты различных областей без отрыва от своей основной деятельности. Лишь в некоторых крупных музеях были штатные экскурсоводы, однако число их было невелико. В ходе превращения экскурсии из формы отдыха в форму социально-культурной деятельности работа экскурсовода начала приобретать профессиональные черты. Профессия экскурсовода представляет собой род трудовой деятельности, который требует от человека определенных знаний, умений и навыков, приобретаемых как путем общего или специального образования, так и в ходе повседневной практической деятельности людей. Кроме того, в представлении людей существует имидж экскурсовода, то есть совокупность внешних и внутренних характеристик, которые традиционно ассоциируются с представителями данной профессии. Таким образом, в сознании окружающих существует модель имиджа экскурсовода, составными элементами которой являются визуальный образ (одежда, макияж), аудиальный образ (голос, дикция), представление о внутренних качествах человека этой профессии (интеллигентность, эрудированность, доброжелательность). Практически во всех работах по экскурсионному делу большое внимание уделяется личности экскурсовода. Теоретики экскурсоведения сходятся во мнении, что экскурсовод как личность должен обладать следующими качествами и иметь следующие характеристики. Каждый экскурсовод должен обладать хорошо развитым воображением и уметь мыслить образами. К примеру, экскурсовод должен так описать ненаблюдаемый объект, чтобы экскурсанты начали его «видеть». Основой воображения экскурсовода являются знания, впечатления, ранее накопленный опыт. Они служат исходным материалом для создания достаточно четких мыслительных образов. Характер проводимой экскурсии зависит от темперамента экскурсовода, который проявляется в его поведении, в уровне жизненной активности. В зависимости от типа темперамента экскурсовода его поведение характеризуется определенной глубиной эмоций: вспыльчивостью, спокойствием, различной реакцией на раздражители. Так, для экскурсовода-сангвиника характерен быстрый темп речи, частая смена настроения, быстрая реакция на действия экскурсантов. Холерик тороплив в рассказе, при отсутствии должного контроля вспыльчив, неуравновешен, обидчив. Флегматик, наоборот, медлителен, обладает однообразными жестами и мимикой. Наконец, меланхолик характеризуется большей или меньшей силой чувств, длительностью переживаний, устойчивостью или быстрой сменой эмоций. Поэтому поведение экскурсовода, являясь проявлением

общей культуры человека, должно быть подчинено его воле и зависит от умения управлять своими эмоциями. Эмоции, возникающие у экскурсовода под воздействием внешних и внутренних факторов, его настроение, приподнятое или подавленное, не должны влиять на ход экскурсии. Умение взять себя в руки, обеспечить нужный тонус в группе является важной составной частью профессионального мастерства экскурсовода. Неотъемлемым качеством экскурсовода как личности является его тенденциозность, или убежденность. Тенденциозность проявляется в четкой направленности его взглядов и действий, в стремлении довести свою точку зрения до экскурсантов и убедить их в ее правильности. Во время экскурсии экскурсовод направляет внимание группы на те стороны объектов, явлений и событий, которые должны быть отражены в их сознании, одним словом, помогает им увидеть то, что видит сам. Экскурсия как процесс представляет собой восприятие экскурсантами изобразительного и звукового ряда. Таким образом, она не может существовать без устной речи, без рассказа экскурсовода. Как человек говорящий по отношению к аудитории может выступать в следующих ипостасях: Информатор сообщает знания экскурсантам, рассказывает об объекте, событии, явлении, не показывая к этому своего отношения, не разъясняя причинно-следственных связей с другими событиями или явлениями; комментатор сообщает об объектах, событиях, явлениях, дает им отдельные оценки и некоторые пояснения, указывает на причины, их вызвавшие; собеседник в ходе общения учитывает реакцию экскурсантов на излагаемый материал, используя вопросно-ответную форму общения, прислушиваясь к их репликам, вводя дополнительный материал; советчик разъясняет увиденное, дает рекомендации по наблюдению объектов, подводит экскурсантов к необходимым выводам, советует, как проводить послеэкскурсионную работу; эмоциональный лидер вызывает определенные эмоции у экскурсантов, анализируя объекты и события, с ними связанные. Речь экскурсовода рассчитана на понимание другими людьми, поэтому должна представлять собой изложение готовых, логично и грамотно сформулированных мыслей. Приоритетной формой изложения материала экскурсоводом является монолог. Монологическая речь по сравнению с диалогической более развернута по содержанию, сложна по структуре и имеет четкое грамматическое оформление. Владение экскурсоводом искусством слова - важное условие успешного проведения экскурсии. Поэтому к содержательной речи экскурсовода предъявляются следующие требования: речь должна быть правильной, понятной, точной, выразительной, чистой, лаконичной. Под правильностью речи понимается соблюдение говорящим правил произношения, постановки ударения, словоупотребления, формообразования, построения синтаксических конструкций, стилистики. Другими словами, правильная речь предполагает владение говорящим языковыми нормами русского языка. Стоит экскурсоводу хотя бы раз допустить ошибку, как слушатели переключают свое внимание с содержания экскурсии на погрешности в его речи. Понятность речи предполагает доступное, доходчивое изложение. Непонятной делают речь многочисленные термины и иноязычные слова, поэтому их следует тщательно отбирать. При невозможности исключить подобные слова из речи, их необходимо пояснить. Экскурсовод не должен механически заучивать формулировки и трудные слова. Нужно привыкнуть к ним, понять их смысл и только после этого запомнить. Главное добиться, чтобы их употребление в речи стало естественным и необходимым. В тех случаях, когда не удастся этого достичь, отдельные слова нужно заменить другими, более привычными для данного экскурсовода и более естественными для стиля его речи. Точность изложения особенно важна при характеристике объекта и во многом определяет воздействие экскурсовода на аудиторию. В экскурсии недопустима отвлеченность, употребление стереотипов, общих слов, смысл которых давно стерся, которые семантически обесценились. Под выразительностью понимают особенности речи, которые поддерживают внимание и интерес у слушателей. Средством выразительности являются иносказания, перифразы, метафоры, эпитеты и т. п. Повышает выразительность речи своевременное употребление афоризмов, пословиц, поговорок. Экскурсоводу необходимо учесть такую особенность речи на экскурсии, как ее лаконичность. Лаконичной и экономной делает речь устранение лишних слов, общих фраз, которые ведут к потере внимания аудитории. Сжатость придает речи силу. Кроме этого, следует помнить, что каждый экскурсионный объект имеет свой «язык». Он может сам о себе рассказать своим

внешним видом, той информацией, которую экскурсанты имеют об этом объекте до начала экскурсии. Поэтому здесь экскурсовод не должен переусердствовать. Работу над внешней стороной речи экскурсоводу следует начинать с овладения техникой речи. К техническим характеристикам речи относятся звучность, темп и ритм, высота голоса, дикция, наконец, интонация. Звучность позволяет донести речь до всех экскурсантов. Она опирается на правильное дыхание, глубокое, частое и контролируемое. На одном глубоком вдохе можно произнести лишь часть фразы. Для выразительной речи требуется частое дыхание. Нельзя вдыхать только в конце фраз, делать это следует в соответствии со смыслом произносимого. Для этого необходим контроль дыхания во время всей речи. Существует целый комплекс упражнений для постановки дыхания и улучшения звучания голоса. Темп и ритм речи. В понятие темпа входит быстрота речи в целом, а также длительность звучания отдельных слов. Как скорость протекания речи во времени различают быстрый (75 слов в минуту), средний (60 слов в минуту) и медленный (45 слов в минуту) темп. Скороговорка (80 и более слов в минуту) недопустима в любой аудитории, так как мешает усвоению материала, быстро утомляет слушателей, создает впечатление безразличия экскурсовода к теме экскурсии. Основные положения экскурсионного рассказа излагаются значительно медленнее остального материала, который может сообщаться в более быстром темпе. Ритм речи - это равномерное чередование, ускорение и замедление долготы и краткости, напряжения и ослабления. Темп и ритм речи экскурсовода диктуются содержанием экскурсионного рассказа и условиями движения группы. Они могут несколько раз меняться на протяжении экскурсии - ускоряться или замедляться. Наконец, темп и ритм речи должны быть такими, чтобы ее содержание воспринималось и усваивалось наиболее эффективно. Высота голоса и его мелодический рисунок позволяют отличить вопрос от утверждения, окончательное и непреложное от обсуждаемого и сомнительного, убежденность от неуверенности, подчеркивают контраст. Грусть, нежные человеческие чувства, представления о величественном требуют повышения голоса. Подозрение, беспокойство, угроза могут быть выражены понижением голоса. Не рекомендуется начинать фразу громко, с высокого тона и понижать голос в конце, так как концовка определяет отношение к фразе в целом. Экскурсоводу следует избегать как монотонности, вялости, слишком низкого тона, так и излишней приподнятости, неоправданных эмоций, крикливости. Дикция, как и голос, играет важную роль в создании имиджа экскурсовода. Под дикцией понимается степень отчетливости, ясности и членораздельности в произношении слов и в потоке речи. Профессия экскурсовода требует, чтобы его речь была отчетливой, ясной и членораздельной в высшей степени. Для этого нужно отработать произношение отдельных слов: слова иноязычного происхождения, имена и отчества должны звучать четко и быть разборчивыми и хорошо слышимыми для всей группы. Существует комплекс упражнений для совершенствования дикции. Важную роль при оформлении внешней стороны речи играет интонация - ритмико-мелодическая сторона речи, так как она, являясь выразительным средством, оказывается и одной из сильных форм речевого воздействия на аудиторию. Нужно исходить из того, что основой рассказа является не только мысль, но и чувство, которое придает своеобразную окраску рассказу, показывает отношение экскурсовода к тому, о чем он рассказывает. Поэтому речевая интонация должна быть логически оправдана. Изменение интонации вызывается смысловым содержанием рассказа. Не менее важно тщательно отработать на протяжении всего рассказа по теме экскурсии фразовые и логические ударения. В каждой фразе, представляющей собой смысловой отрезок рассказа, обычно выделяют одно или несколько слов, наиболее важных по своему смыслу. Отметим, что экскурсовод относится к профессиям типа «человек-человек». Именно у представителей этих сфер их внешний облик является непосредственным компонентом, участвующим в их трудовой деятельности. Экскурсовод раскрывает перед людьми информацию, которая наглядно представлена в объектах и экспонатах, поэтому его собственный внешний вид не должен мешать этому процессу и отвлекать экскурсантов от него. Для работников сферы услуг, к которой относится профессия-экскурсовод, дизайнеры костюма рекомендуют классический и деловой стили, стиль Шанель, некоторые вариации спортивного стили. Поскольку экскурсовод должен быть интеллигентным, располагающим к себе, открывающим что-либо экскурсантам, но не поучающим в отличие от учителя, то

это редкий образ специалиста, которому на рабочем месте позволительно носить платье, даже приталенное, так называемого Х-образного силуэта (естественно речь идет об экскурсоводе-женщине). При этом уместна современная стрижка. Таким образом, внешний вид экскурсовода по сравнению с представителями других профессий допускает умеренную свободу и раскованность, однако в то же время он предполагает скромность в одежде и прическе, чувство меры в косметике. Положительный визуальный образ экскурсовода способствует установлению контакта с группой. Кроме этого, большое влияние на установление контактов с аудиторией оказывают приветливость, доброжелательность, непринужденность экскурсовода. Такой контакт начинает устанавливаться в те короткие минуты, когда экскурсовод произносит вступление к экскурсии и ее теме. Затем необходимые связи с аудиторией поддерживаются и укрепляются в течение всей экскурсии. Хорошо, если благоприятный психологический климат, созданный в первые минуты экскурсии, сохранится до ее завершения. Экскурсовод во время экскурсии должен уделять постоянное внимание всей группе. Некорректно, когда в своем рассказе экскурсовод обращается к одному-двум экскурсантам, почему-то выделив именно их в группе, проверяя таким образом доходчивость излагаемого материала по их реакции на увиденное и услышанное в ходе экскурсии. Проводя экскурсию, экскурсовод должен умело руководить всей группой. Иногда перед экскурсоводом встает задача - снять напряжение и раздражение экскурсантов. В такой момент уместна шутка, которая помогает настроить аудиторию на соответствующий лад. Однако следует помнить, что юмор должен быть тактичным и ненавязчивым. Стремление во что бы то ни стало развеселить экскурсантов показывает, что экскурсовод недостаточно серьезно относится к проведению экскурсии, а это приводит к утрате контроля над группой. Не менее важная задача экскурсовода - добиться заинтересованного отношения группы к теме экскурсии, постоянно активизируя их внимание. Для активизации внимания группы экскурсовод должен умело и своевременно применить такие методические приемы, как прием заданий, прием вопросов, прием новизны, наконец, прием взаимодействия интересов. Чтобы привлечь и удержать внимание экскурсантов, экскурсоводу следует знать социально-психологические особенности людей. Информация, которую несет экскурсия, привлечет внимание экскурсантов, если она совпадает с их интересами и потребностями или обладает способностью пробудить в них новую потребность. Экскурсоводу нужно учитывать механизм взаимодействия людей в массе, который в психологии называется «психологической заразительностью». Если экскурсовода волнует то, о чем он говорит, если он сам воодушевлен этим, то экскурсанты воспринимают целеустремленность экскурсовода как свою собственную. Эффективное восприятие содержания экскурсии возможно лишь при соблюдении строгой дисциплины всеми членами группы. В случае необходимости экскурсовод тактично должен сделать замечание по поводу разговоров, шума, смеха. При этом нужно одинаково избегать как высокомерия, так и заискивания перед людьми. В речи экскурсовода недопустим и фамильярный, и нерешительный тон. Нельзя также подчеркивать зависимость во время экскурсии. Итак, для квалифицированного экскурсовода необходимо не только владеть суммой знаний, умений и навыков по подготовке и проведению экскурсии, но и правильно и красиво говорить, быть тонким психологом и наблюдателем, умелым организатором и руководителем, наконец, следить за своим внешним видом.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.1. Инновационные методы работы с экскурсионной группой

Тема 8.2. Контроль качества экскурсионного продукта

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о профессиональных стандартах качества экскурсовода и гида-экскурсовода.

-Раскрыть правовые основы экскурсионной деятельности и современные требования к экскурсоводу.

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Профессиональные стандарты качества экскурсовода и гида-экскурсовода. Уровни профессионального мастерства экскурсовода.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
2	Правовые основы экскурсионной деятельности и современные требования к экскурсоводу.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
3	Функциональная карта вида профессиональной деятельности. Требования к уровню образования и обучения в зависимости от уровня квалификации.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи
4	Критерии оценки практической части квалификационного экзамена.	Информационная лекция Обзорная лекция Лекция-дискуссия Проблемная лекция Лекция с применением обратной связи

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Новации в экскурсионной деятельности - это внедрение новых и усовершенствованных подходов, методов, технологий и форматов для создания уникальных и запоминающихся туристических опытов. Это может включать в себя использование новых технологий, разработку интерактивных программ и игровых элементов, создание собственных туров и маршрутов, а также предложение инновационных форматов экскурсий. Новации в экскурсионной деятельности направлены на повышение качества обслуживания туристов, привлечение новой аудитории, улучшение конкурентоспособности и развитие туристического бизнеса в целом.

Причины, по которым инвестируют в новые технологии экскурсионной деятельности

1. Улучшение качества обслуживания и удовлетворения потребностей клиентов. Инвестиции в новые технологии могут помочь улучшить опыт туристов, сделать процесс бронирования и оплаты более удобным и эффективным.

2. Повышение конкурентоспособности. Использование новых технологий может помочь компаниям экскурсионной деятельности выделиться на рынке, привлечь больше клиентов и привлечь внимание к своим услугам.
3. Увеличение эффективности и уменьшение издержек. Новые технологии могут помочь автоматизировать процессы и упростить управление бизнесом, что может привести к снижению издержек и увеличению прибыли.
4. Соответствие современным требованиям и ожиданиям потребителей. Современные туристы все больше ожидают высококачественного и инновационного сервиса, поэтому компании экскурсионной деятельности вынуждены инвестировать в новые технологии, чтобы соответствовать этим требованиям.
5. Улучшение безопасности и управления рисками. Новые технологии могут помочь снизить риски и обеспечить безопасность клиентов во время экскурсий, что также может быть важным фактором для инвестирования в них.
6. Расширение географии и масштабов бизнеса. Использование новых технологий может помочь компаниям экскурсионной деятельности расширить свои возможности и предложения, привлечь клиентов со всего мира и расширить географию своей деятельности.
7. Улучшение маркетинговых возможностей. Новые технологии позволяют компаниям создавать инновационные маркетинговые стратегии, привлекать больше внимания к своим услугам и эффективно продвигать их на рынке.
8. Сокращение времени на разработку и внедрение новых продуктов и услуг. Новые технологии могут ускорить процесс разработки новых экскурсионных программ, упростить их внедрение и помочь компаниям быть более гибкими и адаптивными к изменениям рынка.
9. Привлечение инвестиций и партнёрств. Инвестирование в новые технологии может быть ключевым фактором для привлечения инвестиций и установления партнерских отношений с другими компаниями в индустрии туризма и экскурсионной деятельности.

Инвестирование в новые технологии в области экскурсионной деятельности имеет ряд причин, включая

1. Улучшение опыта клиентов: Внедрение новых технологий позволяет улучшить опыт клиентов, делая процесс бронирования, оплаты и участия в экскурсиях более удобным и эффективным.
2. Автоматизация процессов: Новые технологии помогают автоматизировать многие процессы в экскурсионной деятельности, что позволяет сократить время и издержки на их выполнение.
3. Расширение возможностей: С помощью новых технологий компании могут расширить свои возможности и предложения, добавив интересные и инновационные элементы в свои экскурсии.
4. Улучшение безопасности: Использование новых технологий позволяет повысить уровень безопасности клиентов во время экскурсий, например, с помощью GPS-отслеживания или системы быстрого реагирования в случае чрезвычайной ситуации.
5. Снижение экологического воздействия: Новые технологии могут помочь уменьшить экологическое воздействие экскурсионной деятельности, например, путем использования электромобилей или других экологически чистых решений.
6. Соответствие требованиям рынка: Современные потребители всё больше ожидают от компаний экскурсионной деятельности использование новейших технологий, чтобы обеспечить им комфорт и безопасность во время путешествий.
7. Конкурентное преимущество: Инвестирование в новые технологии позволяет компаниям выделиться на рынке и предложить что-то уникальное и востребованное потребителями.

IT инновации в экскурсионной деятельности Инновации играют важную роль в развитии туристической отрасли и имеют несколько ключевых аспектов, определяющих их значимость:

1. Улучшение качества обслуживания: Инновации в туристической отрасли способствуют улучшению качества обслуживания и удовлетворения потребностей клиентов. Новые

технологии, интерактивные форматы экскурсий и уникальные опыты делают туристические поездки более запоминающимися и увлекательными.

2. Привлечение новой аудитории: Инновации помогают привлечь новых клиентов и расширить целевую аудиторию. Создание уникальных и атмосферных туров, использование новых технологий и предложение нестандартных форматов экскурсий способствует привлечению различных категорий туристов.

3. Увеличение конкурентоспособности: Инновации позволяют туристическим компаниям выделиться на фоне конкурентов и укрепить свои позиции на рынке. Разработка уникальных туров, внедрение новых технологий и предложение инновационных услуг помогают привлечь внимание и удержать клиентов.

4. Развитие индустрии и экономики: Инновации в туристической отрасли способствуют развитию экономики, созданию новых рабочих мест и увеличению доходов. Новые проекты, технологии и услуги интенсифицируют туристическую деятельность, способствуя развитию регионов и улучшению их инфраструктуры.

Таким образом, инновации играют ключевую роль в развитии туристической отрасли, способствуя улучшению качества услуг, расширению аудитории, укреплению конкурентоспособности и стимулируя экономический рост.

Технологические инновации в экскурсионной деятельности

Технологические инновации играют все более важную роль в развитии экскурсионной деятельности, внося изменения в способы проведения экскурсий и повышая качество туристических услуг. Некоторые из основных технологических инноваций в данной области включают:

1. Виртуальная реальность (VR) и дополненная реальность (AR): Эти технологии позволяют туристам погрузиться в уникальные виртуальные миры и получить новые опыты, не выходя из дома. VR и AR могут использоваться для создания виртуальных экскурсий и путешествий, позволяя посетителям исследовать различные места и достопримечательности.

2. Мобильные приложения: Разработка специализированных мобильных приложений для проведения экскурсий становится все более популярной. Такие приложения могут предоставлять информацию о маршруте, достопримечательностях, исторических фактах, а также интегрировать интерактивные элементы, задания и игры для участников экскурсии.

3. Интерактивные экскурсии: Использование интерактивных технологий, таких как QR-коды, NFC-метки или GPS-навигация, позволяет создавать увлекательные и информативные экскурсии. Посетители могут самостоятельно исследовать достопримечательности, получая дополнительную информацию или участвуя в интересных заданиях.

4. Технологии распознавания искусственного интеллекта (AI): AI может быть использован для персонализации экскурсий под интересы и предпочтения каждого туриста, а также для предсказания спроса на различные экскурсии и маршруты.

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

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

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 1. Введение в экскурсоведение

Тема 1.1. История возникновения экскурсионной деятельности.

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о истории возникновения экскурсионной деятельности
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсионной деятельности

4. Структура практического(семинарского) занятия

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	История экскурсионной деятельности России	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Экскурсоведение как теоретическая основа экскурсионной деятельности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Экскурсионные маршруты

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Аутсинг. Особенности использования в экскурсионном сервисе.
2. Виды и этапы реструктуризации.
3. Экспресс-диагностика в антикризисном управлении.
4. Какие основные задачи планирования?
5. Классификация экскурсий по содержанию.
6. Классификация экскурсий по тематике.
7. Классификация экскурсий по составу участников.
8. Классификация экскурсий по месту проведения
9. Классификация экскурсий по способу передвижения.
10. Классификация экскурсий по форме проведения.
11. Назначение системы контроля.
12. Организационная система управления предприятием.
13. Анализ внешней и внутренней среды.
14. Выбор инструментов стимулирования сбыта, выявление наиболее перспективных участников экскурсионного процесса.

15. Определить продолжительность процесса стимулирования сбыта продукта.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 1. Введение в экскурсоведение

Тема 1.2 Экскурсионные маршруты

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о экскурсионных маршрутах
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсионных маршрутов

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Функции и признаки экскурсии. Классификация экскурсий	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Экскурсионная методика	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Виды экскурсионных программ	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

5. Содержание лекционного занятия и взаимодействие с аудиторией.

Тема практического занятия: Экскурсионные маршруты

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Аутсорсинг. Особенности использования в экскурсионном сервисе.
2. Виды и этапы реструктуризации.
3. Экспресс-диагностика в антикризисном управлении.
4. Какие основные задачи планирования?
5. Классификация экскурсий по содержанию.
6. Классификация экскурсий по тематике.
7. Классификация экскурсий по составу участников.
8. Классификация экскурсий по месту проведения
9. Классификация экскурсий по способу передвижения.
10. Классификация экскурсий по форме проведения.
11. Назначение системы контроля.
12. Организационная система управления предприятием.
13. Анализ внешней и внутренней среды.
14. Выбор инструментов стимулирования сбыта, выявление наиболее перспективных участников экскурсионного процесса.
15. Определить продолжительность процесса стимулирования сбыта продукта.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. К признакам экскурсий относятся:
а) идейность;

- б) доступность;
 - в) показ экскурсионных объектов;
 - г) убедительность;
 - д) доходчивость.
2. При выборе темы экскурсии важными параметрами являются:
- а) знакомство с будущими экскурсантами;
 - б) наличие у предприятия различных видов транспорта;
 - в) потенциальный спрос на те или иные виды экскурсий;
 - г) сезонность.
3. В экскурсионной практике используются следующие виды текстов:
- а) рекламный;
 - б) контрольный;
 - в) биографический;
 - г) лицензионный;
 - д) фирменный.
4. Жесты экскурсовода должны быть обусловлены реальной ситуацией, под которой понимается:
- а) совокупность экскурсионных объектов, на которые необходимо направить внимание экскурсантов; б) передача информации экскурсоводом посредством жестов;
 - в) совпадение слова и жеста.
5. Экскурсионное обслуживание определяется местом проведения экскурсии, которое должно рассматриваться как:
- а) часть туризма (экскурсия-концерт, экскурсия-спектакль, экскурсия-консультация);
 - б) самостоятельная форма обучения (туристический поход, туристический маршрут, путешествие); в) возможность оздоровления и отдыха (пребывание в доме отдыха, пансионате, санатории);
 - г) форма воспитания (кемпинг, гостиница, туристическая база). Определите, соответствуют ли примеры в скобках пунктам классификации.
- К направлениям совершенствования профессионального мастерства экскурсовода относятся:
- а) систематизация;
 - б) композиционность;
 - в) экскурсионность;
 - г) специализация.
6. К разработке новых тем экскурсий могут привлекаться:
- а) учащиеся лицеев;
 - б) политики;
 - в) воспитатели детских дошкольных учреждений;
 - г) работники библиотек.
7. По месту проведения различают следующие виды экскурсии:
- а) тематические;
 - б) единичные;
 - в) производственные;
 - г) транспортные.
8. В практике подготовки экскурсионных текстов используются следующие источники информации:
- а) научная литература;
 - б) архивные документы;
 - в) эпистолярные и мемуарные источники;
 - г) воспоминания свидетелей и очевидцев событий;
 - д) рекламная продукция.
9. Использование индивидуального текста основывается:
- а) на развернутом плане проведения экскурсии;

- б) спецэффектах;
- в) карточках с фрагментами индивидуального текста;
- г) рекламных мероприятиях.

10. Экскурсия выполняет следующие функции:

- а) научную;
- б) психологическую;
- в) коммерческую;
- г) специализированную.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания

Тема 2.1 Разработка экскурсионных маршрутов

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о разработке экскурсионных маршрутов
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсионных маршрутов

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные технологии экскурсионного обслуживания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Основные этапы разработки экскурсии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии ведения экскурсии

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Технология подготовки экскурсии, основные этапы подготовки.
2. Объекты экскурсии.
3. Основные этапы разработки экскурсии.
4. Сущность дифференцированного подхода к экскурсионному обслуживанию.
5. Организация индивидуального экскурсионного обслуживания.
6. Технология проведения экскурсии.
7. Требования к технике ведения экскурсии.
8. Методические приемы проведения экскурсий.
9. Технические средства в экскурсионном сервисе.

10. Мультимедийные технологии, техническое обеспечение интерактивных экскурсий
11. Методы разработки туристского продукта на основе современных технологий.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания

Тема 2.2 Технологии ведения экскурсии

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о технологиях ведения экскурсии
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экскурсии

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технология проведения экскурсии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Требования к технике ведения экскурсии	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Методические приемы проведения экскурсий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии ведения экскурсии

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Технология подготовки экскурсии, основные этапы подготовки.
2. Объекты экскурсии.
3. Основные этапы разработки экскурсии.
4. Сущность дифференцированного подхода к экскурсионному обслуживанию.
5. Организация индивидуального экскурсионного обслуживания.
6. Технология проведения экскурсии.
7. Требования к технике ведения экскурсии.
8. Методические приемы проведения экскурсий.
9. Технические средства в экскурсионном сервисе.
10. Мультимедийные технологии, техническое обеспечение интерактивных экскурсий
11. Методы разработки туристского продукта на основе современных технологий.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. По форме проведения различают экскурсии:
 - а) пешеходные;
 - б) комбинированные;
 - в) учебные;
 - г) загородные.
2. Ознакомление с экспозициями и фондами музеев включает следующие стадии:
 - а) изучение названия музея;
 - б) определение его местонахождения;
 - в) уточнение почтового адреса музея и телефона отдела по организации экскурсий;
 - г) посещение экскурсий, которые проводятся научными работниками музея.
3. Степень, в которой количество экскурсионных объектов влияет на качество освещения темы, можно определить следующим образом:
 - а) чем больше, тем лучше;
 - б) лучше меньше, да лучше.
4. Экскурсионные маршруты разрабатываются по следующим принципам:
 - а) комплексности;
 - б) коммерческой выгоды;
 - в) идейности;
 - г) информативности;
 - д) престижности.
5. Различают следующие виды экскурсионного (зрительного) анализа:
 - а) географический;
 - б) исторический;
 - в) предварительный;
 - г) полный.
6. К "другим" приемам проведения экскурсии относятся:
 - а) цитирование;
 - б) объяснение;
 - в) воспроизведение элементов ритуала;
 - г) предварительный осмотр;
 - д) прием локализации событий.
7. Качественный уровень экскурсии определяется следующими условиями:
 - а) обилием цифр, фактов, примеров;
 - б) преобладанием показа над рассказом;
 - в) обеспечением синтеза приемов показа и рассказа;
 - г) преобладанием рассказа над показом.
8. Речь экскурсовода должна соответствовать стилю, а именно:
 - а) объективному;
 - б) нейтральному;
 - в) научному;
 - г) свободному.
9. Использование туристическими предприятиями экскурсионных маршрутов историко-культурной тематики имеет целью:
 - а) развитие экологического туризма;
 - б) издание путеводителей;
 - в) организацию обучения народным ремеслам;
 - г) увязку в маршруты наиболее ценных природно-ландшафтных территорий и архитектурных объектов.
10. Тематика экскурсий — это:
 - а) список (картотека) экскурсоводов, которые проводят экскурсии по данной теме;
 - б) папка с фотографиями, схемами, репродукциями, копиями документов;

- в) путь следования экскурсионной группы;
- г) карточки (паспорта) экскурсионных объектов;
- д) совокупность тем, позволяющая перейти от экскурсий как эпизодических мероприятий к организации экскурсионных циклов.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 3. Экскурсионный сервис

Тема 3.1 Технологии и технические средства в деятельности музеев и экспозиционных центров

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о технологиях и технических средствах в деятельности музеев
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность экспозиционных центров

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные задачи, функции и направления деятельности музеев, экспозиционных центров и выставочно-ярмарочных комплексов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Концепция выставочно-ярмарочной деятельности в РФ.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Основные задачи и функции выставочных комплексов	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Принцип работы и основные функции деятельности музеев, экспозиционных и выставочно-ярмарочных центров.
2. Выставка как комплекс маркетинговых, рекламных и информационных мероприятий.
3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий.
4. Какие существуют методы PR-технологий?
5. Что в основном определяет материально-техническую базу выставочной деятельности?
6. Какие основные задачи стоят перед конкурсной и презентационной программами?
7. Назвать основные этапы подготовки и организации конгрессных, профессиональных, конкурсных мероприятий, сопровождающих выставочный проект.
8. Как должна быть организована работа персонала предприятия во время выставки.
9. С помощью каких характеристик оценивается качество работы персонала предприятия во время выставки?

10. Как правильно оценить выставочную деятельность туристско-экскурсионного предприятия?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 3. Экскурсионный сервис

Тема 3.2 Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о технологиях организаций экскурсий за границу

- Раскрыть основные положения данной темы

- Раскрыть сущность туристских формальностей

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дать определение понятию и содержанию туристских формальностей.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности таможенных формальностей для разных стран.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Паспортно-визовые вопросы	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Принцип работы и основные функции деятельности музеев, экспозиционных и выставочно-ярмарочных центров.
2. Выставка как комплекс маркетинговых, рекламных и информационных мероприятий.
3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятий.
4. Какие существуют методы PR-технологий?
5. Что в основном определяет материально-техническую базу выставочной деятельности?
6. Какие основные задачи стоят перед конкурсной и презентационной программами?
7. Назвать основные этапы подготовки и организации конгрессных, профессиональных, конкурсных мероприятий, сопровождающих выставочный проект.
8. Как должна быть организована работа персонала предприятия во время выставки.
9. С помощью каких характеристик оценивается качество работы персонала предприятия во время выставки?

10. Как правильно оценить выставочную деятельность туристско-экскурсионного предприятия?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3

форма рубежного контроля – контрольная работа.

Примерные вопросы:

1. В основу классификации экскурсий положены следующие признаки:

- а) научность;
- б) цикличность;
- в) идейность;
- г) правдивость.

2. Этапу отбора и изучения экскурсионных объектов предшествуют:

- а) разработка маршрута экскурсии;
- б) объезд (обход) маршрута;
- в) ознакомление с экспозициями и фондами музеев;
- г) составление уточненной схемы пути следования экскурсионной группы.

3. Экскурсовод заносит цитату на карточку и дополнительно записывает:

- а) свою фамилию;
- б) дату составления карточки;
- в) пересказ содержания всего произведения (документа);
- г) название и местонахождение библиотеки (архива, музея), где хранится произведение (документ).

4. Основными составляющими экскурсии являются:

- а) организационная часть;
- б) информационная часть;
- в) логические переходы;
- г) заключение

5. Различают следующие виды логических переходов:

- а) конструктивный;
- б) тактический;
- в) предварительный;
- г) итоговый.

6. Выбор месторасположения группы экскурсантов определяется:

- а) последовательностью показа;
- б) наиболее благоприятной точкой осмотра объекта;
- в) предпочтением средств показа;
- г) формой деятельности экскурсантов.

7. Адресность рассказа — это:

- а) указание почтового адреса объекта;
- б) указание пути следования группы;
- в) показ объекта и рассказ о нем в условиях, когда экскурсовод уверен, что все в группе хорошо видят объект;
- г) показ дополнительного иллюстрационного материала.

8. Дифференцированный подход к экскурсионному обслуживанию решает задачи:

- а) выбора маршрута экскурсии;
- б) максимального удовлетворения всех запросов экскурсантов;
- в) благотворного воздействия на экологию;
- г) сокращения продолжительности экскурсий.

9. Видами воображения являются:

- а) мультипликация;
- б) гиперболизация;
- в) периодизация;

г) систематизация.

10. Резервы повышения эффективности организации экскурсионной деятельности—это:

- а) сокращение централизованных дотаций пассажирского транспорта;
- б) повышение цен на топливо;
- в) расширение тематики экскурсий;
- г) создание туристических предприятий различных форм собственности.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.

Тема 4.1 Виды дополнительных экскурсионных услуг

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о видах дополнительных экскурсионных услуг

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность дополнительной экскурсионной услуги

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Общие правила оказания гостиничных услуг и услуг питания.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дать развернутую характеристику 4-м циклам обслуживания клиентов в гостинице	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Способы и технологии бронирования и резервирования	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: Виды дополнительных экскурсионных услуг

Форма практического задания: реферат

1. Правила поведения посетителей предприятий общественного питания.
2. Режим работы предприятий общественного питания.
3. Перечень услуг, оказываемых предприятиями общественного питания.
4. Право потребителя услуги предприятия общепита на информацию.
5. Классификация предприятий общественного питания.
6. Виды обслуживания в ресторанах.
7. Виды питания и различные виды сервиса.
8. Особенности организации питания экскурсантов в пути следования.

9. Классификация транспортных путешествий. Качественные характеристики.
10. Основные технико-экономические характеристики транспортных средств.
11. Как правильно выбрать поставщиков транспортных услуг?

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.

Тема 4.2 Обеспечение безопасности во время экскурсионного обслуживания

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о обеспечении безопасности во время экскурсионного обслуживания

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность безопасности

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологические особенности обслуживания клиентов поставщиками транспортных услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Особенности бронирования билетов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Трансферы, классификация, назначение, определение	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Виды дополнительных экскурсионных услуг

Форма практического задания: реферат

1. Правила поведения посетителей предприятий общественного питания.
2. Режим работы предприятий общественного питания.
3. Перечень услуг, оказываемых предприятиями общественного питания.
4. Право потребителя услуги предприятия общепита на информацию.
5. Классификация предприятий общественного питания.
6. Виды обслуживания в ресторанах.
7. Виды питания и различные виды сервиса.
8. Особенности организации питания экскурсантов в пути следования.
9. Классификация транспортных путешествий. Качественные характеристики.
10. Основные технико-экономические характеристики транспортных средств.
11. Как правильно выбрать поставщиков транспортных услуг?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. Этот вид анимации удовлетворяет потребности молодежи в творчестве, демонстрации своих созидательных способностей и установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество

- а) культурная
- б) туристская
- в) творческая
- г) духовная

2. Комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств

- а) техника анимации
- б) технология создания анимационных программ
- в) стратегия реализации анимационных программ
- г) концепция анимационной деятельности

3. Цель туризма

- а) отдых, удовольствие, развлечения
- б) знакомство с новыми людьми
- в) изучение природно-климатических условий
- г) трата денег

4. Перечислите самостоятельных субъектов досуговой деятельности

- а) любители охоты, рыбалки, путешествий автостопом
- б) артисты-исполнители, врачи
- в) аниматоры
- г) официанты ресторана

5. Туризм, который «входит составной частью в учебный и воспитательный процесс в образовательных учреждениях, действующих по основным общеобразовательным программам, в учреждениях дополнительного образования, в том числе во внешкольных профильных туристских центрах и станциях детско-юношеского туризма»

- а) детский (школьный) туризм
- б) семейный туризм
- в) молодежный туризм
- г) индивидуальный туризм

6. Своеобразная услуга, целью которой является повышение качества обслуживания, вовлечение туристов в разнообразные досуговые мероприятия туркомплекса

- а) релаксация
- б) туранимация
- в) спа-процедуры
- г) игра

7. Стандартизованный, предварительно организованный комплекс туристских услуг для группы за одну стоимость

- а) паушальный тур
- б) семейный и молодежный тур
- в) организованный туризм
- г) детский туризм

8. Возраст детей, для которых предусмотрены специальные детские клубы «мини»

- а) для детей 1-2 года
- б) для детей 2-3 года
- в) для детей 3-12 лет
- г) для детей любого возраста

9. Возраст детей, для которых предусмотрены специальные детские клубы «юниор»

- а) для детей 5-9 лет

- б) для детей 10-11 лет
- в) для молодежи 12-15 лет
- г) для детей 13-16 лет

ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2.Раздел 5. Технологии экскурсионного обслуживания

Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания

3.Цели занятия:

- Сформировать представление о технологиях обеспечение услуг питания
- Раскрыть основные положения данной темы
- Раскрыть сущность услуги питания

4. Структура лекционного занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Характеристика посуды, приборов и столового белья.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Подготовка торгового зала к обслуживанию.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Искусство оформления стола.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии транспортного обслуживания.

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Дать определение предприятию общественного питания.
2. Какие основные правила поведения посетителя предприятия общественного питания Вы знаете?
3. Какие существуют требования к качеству и безопасности питания на предприятиях общепита? Каким документом они регламентируются?
4. Ответственность сторон по договору: жалобы и претензии.
5. Как обеспечивается качество услуг питания?
6. Как регламентируется порядок обеспечения питанием в пути следования?
7. Какой документ регламентирует право потребителя услуги на получение достоверной информации?
8. Какие правила сервировки стола?
9. Как формируется ассортимент блюд, производится отпуск, подача и расчет с потребителем услуг?
10. Правило встречи и размещения гостей.
11. Назовите виды меню.
12. Правило подбора посуды, приборов и столового белья в ресторанах.

13. Назовите основные виды транспорта?
14. Дать технико-экономическую характеристику основным видам транспорта.
15. Как должно быть подготовлено транспортное средство для обеспечения перевозки экскурсантов?
16. Как обеспечивается качество услуг во время перевозки экскурсантов?
17. Каким дополнительным оборудованием должны быть оснащены транспортные средства для осуществления перевозки туристов?
18. Назначение, классификация и принцип работы поставщиков транспортных услуг.
19. Обеспечение системы безопасности во время перевозки экскурсантов.
20. Порядок бронирования билетов на различных видах транспорта.
21. Технологии обслуживания клиентов на различных видах транспорта
22. Порядок встречи и проводов экскурсантов.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 5. Технологии экскурсионного обслуживания

Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о технологиях транспортного обслуживания

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность транспортного обслуживания

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Технологии обслуживания авиапассажиров.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Технологии обслуживания экскурсантов на железнодорожном транспорте.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Технологии обслуживания пассажиров автомобильным транспортом.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Технологии транспортного обслуживания.

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов

1. Дать определение предприятию общественного питания.
2. Какие основные правила поведения посетителя предприятия общественного питания Вы знаете?
3. Какие существуют требования к качеству и безопасности питания на предприятиях общепита? Каким документом они регламентируются?
4. Ответственность сторон по договору: жалобы и претензии.
5. Как обеспечивается качество услуг питания?

6. Как регламентируется порядок обеспечения питанием в пути следования?
7. Какой документ регламентирует право потребителя услуги на получение достоверной информации?
8. Какие правила сервировки стола?
9. Как формируется ассортимент блюд, производится отпуск, подача и расчет с потребителем услуг?
10. Правило встречи и размещения гостей.
11. Назовите виды меню.
12. Правило подбора посуды, приборов и столового белья в ресторанах.
13. Назовите основные виды транспорта?
14. Дать технико-экономическую характеристику основным видам транспорта.
15. Как должно быть подготовлено транспортное средство для обеспечения перевозки экскурсантов?
16. Как обеспечивается качество услуг во время перевозки экскурсантов?
17. Каким дополнительным оборудованием должны быть оснащены транспортные средства для осуществления перевозки туристов?
18. Назначение, классификация и принцип работы поставщиков транспортных услуг.
19. Обеспечение системы безопасности во время перевозки экскурсантов.
20. Порядок бронирования билетов на различных видах транспорта.
21. Технологии обслуживания клиентов на различных видах транспорта
22. Порядок встречи и проводов экскурсантов.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. К непродолжительным поездкам относится
 - а) транзитный, однодневный, кратковременный туризм
 - б) инклюзивный туризм
 - в) паушальный туризм
 - г) активный туризм
2. Транзитный туризм
 - а) это тур, продолжительностью в световой день
 - б) это остановки туристов по пути следования к месту назначения
 - в) это поездка продолжительностью 2-4 дня
 - г) это вид туризма, который может включать в себя деловой туризм и поездки на выходные дни
3. Средство восстановления сил человека в процессе его деятельности
 - а) досуг
 - б) развлечения
 - в) рекреация
 - г) туризм
4. Одним из вариантов построения экскурсионных маршрутов является?
 - а) Хронологический
 - б) Автобусный
 - в) Искусствоведческий
5. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ проведения досуга, организующий полноценный отдых
 - а) менеджер гостиницы
 - б) швейцар
 - в) аниматор
 - г) турист

1.ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2.Раздел 6. Разработка и создание новых экскурсионных продуктов

Тема 6.1 Инновации в экскурсионной деятельности.

3.Цели занятия:

-Сформировать представление о инновациях в экскурсионной деятельности

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность инновации

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Основные понятия и определения.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Информационные технологии в сфере услуг.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Причины, по которым инвестируют в новые технологии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов

Форма практического задания: реферат

1. Перечислить основные показатели и характеристики технических средств, используемых в системах безопасности.
2. Цель использования и основные задачи интегрированных систем безопасности.
3. Биометрические системы безопасности.
4. Назвать основные направления развития электроэнергетических систем безопасности?
5. Системы безопасности на транспорте. Оценка эффективности.
6. Системы пожарной безопасности. Характеристики.
7. Системы контроля управления доступом.
8. Системы видеонаблюдения. Функциональные элементы, характеристики.
9. Системы микроклиматической безопасности. Функциональные элементы, характеристики.
10. Безопасность жизни, здоровья и окружающей среды.
11. Обеспечение сохранности имущества экскурсанта.
12. Порядок обеспечения медицинского и других видов страхования.

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2.Раздел 6. Разработка и создание новых экскурсионных продуктов

Тема 6.2 Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов.

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о современных подходах к формированию экскурсионных продуктов

-Раскрыть основные положения данной темы

-Раскрыть сущность экскурсионного продукта

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Классификация систем безопасности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Состав и функциональные характеристики систем безопасности	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Как правильно выбрать систему безопасности?	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов

Форма практического задания: реферат

1. Перечислить основные показатели и характеристики технических средств, используемых в системах безопасности.
2. Цель использования и основные задачи интегрированных систем безопасности.
3. Биометрические системы безопасности.
4. Назвать основные направления развития электроэнергетических систем безопасности?
5. Системы безопасности на транспорте. Оценка эффективности.
6. Системы пожарной безопасности. Характеристики.
7. Системы контроля управления доступом.
8. Системы видеонаблюдения. Функциональные элементы, характеристики.
9. Системы микроклиматической безопасности. Функциональные элементы, характеристики.
10. Безопасность жизни, здоровья и окружающей среды.
11. Обеспечение сохранности имущества экскурсанта.
12. Порядок обеспечения медицинского и других видов страхования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. Неоспоримым фактором повышения конкурентоспособности санатория или пансионата является
 - а) курортная анимация
 - б) шведский стол

- в) архитектурное решение пансионата
 - г) наличие первой береговой линии
2. Спортивно-развлекательные программы
- а) ориентированы на туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта
 - б) ориентированы на туристов, любителей спорта и активного отдыха
 - в) ориентированы на туристов любого возраста, строятся на вовлечении туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные и веселые конкурсы
 - г) ориентированы на приобщение туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе отдыха
3. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туристических услугах
- а) культурно-досуговые ценности
 - б) социокультурный потенциал сферы туризма
 - в) культурная этика
 - г) факторы туризма
4. Продолжительность путешествия относится ко времени, которое затрачивается туристом в ходе поездки или пребывания в посещаемом месте или стране, каким считается путешествие, которое может длиться от 24 часов до 6 месяцев по международному стандарту
- а) непродолжительным
 - б) продолжительным
 - в) сезонным
 - г) релаксационным
5. Кратковременный туризм
- а) это поездка продолжительностью 2-4 дня и может включать в себя деловой туризм и поездки на выходные дни
 - б) это тур, продолжительностью в световой день
 - в) это остановка туристов по пути следования к месту назначения
 - г) это вид туризма, не предполагающий остановки на ночлег
6. Социальная эффективность туризма
- а) в разработке государственных программ
 - б) в размещении информации в сети интернет
 - в) в доступности большинства видов туризма для различных социальных слоев общества
 - г) в доступности туризма для детей

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.1 Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о психологических аспектах экскурсионного обслуживания

-Раскрыть основные принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Дифференциация потребителей экскурсионного продукта. Целевая аудитория. Ожидания экскурсантов и психологическая атмосфера в экскурсионной группе.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Эффективные приемы общения с экскурсантами, типичные ошибки при общении с экскурсантами и рекомендации. Психотипы экскурсантов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Эффективные приемы построения коммуникации с экскурсантами различных психотипов.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта

Форма практического задания: кейс-задание

В процессе проведения экскурсионного обслуживания могут возникать ситуации, выход из которых возможен только при грамотном профессиональном подходе, опыте работы.

1. Проведите дискуссию по обсуждению предложенных примеров.
2. Приведите собственные примеры конфликтных ситуаций в ходе проведения экскурсий.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. На основании какого критерия целевая аудитория подразделяется на лидеров мнений и последователей?
 - а) манера поведения экскурсовода
 - б) выбор объекта воздействия
 - в) настроение экскурсионной группы
 - г) по степени важности
2. В чем заключается свойство рефлексии при работе с экскурсионной группой?
 - а) способ руководителя адекватно оценить свой потенциал
 - б) необходимость контролировать действия других
 - в) способность участников концентрировать внимание
 - г) способность партнеров учитывать друг друга
3. Как формируются средние нормы к экскурсионной группе?
 - а) взаимным неуважением и оценкой каждого участника
 - б) под влиянием дезорганизатора
 - в) угрозами или принуждением
 - г) случайностью подбора участников группы

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.2 Методика и технология общения с экскурсантами

3. Цели занятия:

-Сформировать представление о методике и технологии общения с экскурсантами

-Раскрыть сущность дифференцированного подхода к обслуживанию различных экскурсионных групп.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Методические подходы к организации «обратной связи» экскурсовода с группой на экскурсии.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Дифференцированный подход к обслуживанию различных экскурсионных групп.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Особенности организации экскурсий для детей. Экскурсии для молодежи.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Методика и технология общения с экскурсантами

Форма практического задания: кейс-задание

В процессе проведения экскурсионного обслуживания могут возникать ситуации, выход из которых возможен только при грамотном профессиональном подходе, опыте работы.

3. Проведение иммитационную игру на основе одного (или нескольких) примеров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

4. Какие факторы влияют на сплоченность группы?

- а) количество участников группы
- б) наличие интересной программы
- в) обстановка на месте проведения экскурсии
- г) поведение экскурсовода

5. Чем характеризуется тип личности экскурсанта «активист»?

- а) сдержанный и нетерпеливый
- б) приветливый и доброжелательный
- в) упрямый и грубый
- г) активный и неотзывчивый

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.1 Инновационные методы работы с экскурсионной группой.

3. Цели занятия:

- Сформировать представление об инновационных методах работы с экскурсионной группой.
- Раскрыть основные понятия тренда в экскурсионной деятельности.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Тренды в экскурсионной деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Социальные сети как наиболее эффективный способ продвижения экскурсий.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Инновационные методы работы с экскурсионной группой.

Форма практического задания: кейс-задание

Обоснуйте необходимость наличия и соблюдения Положения «О правилах работы и этике поведения гидов-переводчиков и экскурсоводов России. Определите основных субъектов отношений и их обязанности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. Какие главные функции должен выполнять экскурсовод?
 - а) передавать знания группе
 - б) показывать фото маршрута
 - в) рассказывать только интересные факты
 - г) добиваться только эффективного усвоения знаний
 - г) устраивать развлечения для экскурсантов
2. Что характеризует экскурсовода-сангвиника?
 - а) быстрый темп речи
 - б) медлительность
 - в) частая смена настроения
 - г) раздражительность
 - д) вспыльчивость
3. Что привлечет внимание экскурсантов к информации экскурсии?
 - а) совпадение с их интересами и потребностями
 - б) способность пробудить в них новую потребность

- в) использование активации внимания
- г) психологическая заразительность

1. ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОДУКТЫ И ПРОГРАММЫ

2. Раздел 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.2 Контроль качества экскурсионного продукта.

3. Цели занятия:

- Сформировать представление о профессиональных стандартах качества экскурсовода и гида-экскурсовода.
- Раскрыть сущность правовых основ экскурсионной деятельности и современные требования к экскурсоводу.

4. Структура практического (семинарского) занятия.

№ п/п	Содержание (кратко)	Методы и средства обучения
1	Профессиональные стандарты качества экскурсовода и гида-экскурсовода. Уровни профессионального мастерства экскурсовода. Культура речи экскурсовода.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
2	Правовые основы экскурсионной деятельности и современные требования к экскурсоводу. Функциональная карта вида профессиональной деятельности.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия
3	Требования к уровню образования и обучения в зависимости от уровня квалификации. Критерии оценки практической части квалификационного экзамена.	Групповая, научная дискуссия, диспут Дискуссия

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

Тема практического занятия: Контроль качества экскурсионного продукта.

Форма практического задания: кейс-задание

Пользуясь возможностями открытых источников сети Интернет (соцсети, форумы путешественников, тревел-блоги и т. д.), подберите примеры положительных и отрицательных отзывов о работе экскурсоводов и гидов-переводчиков. Оцените факты, изложенные в отзывах с позиций Положения «О правилах работы и этике поведения гидов-переводчиков и экскурсоводов России».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8

форма рубежного контроля – Компьютерное тестирование.

Примерные вопросы:

1. Экскурсовод выступает в роли советчика, когда:
 - а) подводит экскурсантов к необходимым выводам
 - б) сообщает знания
 - в) разъясняет увиденное
 - г) учитывает реакцию экскурсантов на издаваемый материал
 - д) вызывает определенные эмоции
 - е) дает оценки описываемым явлениям и предметам

2. Какие факторы экскурсоводческого мастерства НЕ зависят от экскурсовода?
 - а) культура речи
 - б) уровень методической документации
 - в) общая эрудиция
 - г) владение методикой
 - д) знания по теме

УЧЕБНО-НАГЛЯДНЫЕ ПОСОБИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ(МОДУЛЮ)

Раздел 1. Введение в экскурсоведение

Тема 1.1. История возникновения экскурсионной деятельности

История развития экскурсионного дела

- Конечно, самые первые упоминания о коллективных поездках и походах с познавательной целью теряются где-то во тьме веков. Ни один мало-мальски надежный источник не берется сказать со всей определенностью, что экскурсии зародились в одном конкретном месте, и назвать это место или хотя бы страну. Как выглядели первые экскурсии, кто в них участвовал, тоже остается неизвестным. Большинство исследователей дружно склоняются к мысли о том, что первыми экскурсиями с некоторой натяжкой можно считать перемещения паломников к святым местам.

История развития экскурсионного дела

- Петровские реформы в России ознаменовались обязательными “гранд-турами” для молодых дворян, имеющими целью образование и повышение культурного уровня, предваряющими вступление на профессиональное или политическое поприще. Путешествия способствовали расширению кругозора, однако являлись элитарными в связи с примитивизмом средств передвижения.



Источник:
<https://slide-share.ru/iehkskursovedeniyaslepnyova-svetlana-georgievnaehkskursovod-gid-511505>

<https://slide-share.ru/iehkskursovedeniyaslepnyova-svetlana-georgievnaehkskursovod-gid-511505>

- **Маршрут экскурсии** представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее правильной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности экскурсантов. Одна из задач маршрута - способствовать наиболее полному раскрытию темы.

Основные требования, которые должны быть учтены составителями маршрута, - это организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы.

Маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов и намечается с учетом следующих требований:

- показ объектов следует проводить в определенной логической последовательности, не допуская ненужных повторных проездов по одному и тому же участку маршрута (улице, площади, мосту, шоссе), т. е. так называемых "петель";
- наличие доступности объекта (площадки для его осмотра);
- проезд или переход между объектами не должен занимать 10-15 минут, чтобы не было слишком длительных пауз в показе и рассказе;
- наличие благоустроенных остановок, в том числе санитарных и мест парковки транспортных средств.

РАЗДЕЛ 2. Основные технологии экскурсионного обслуживания

Тема 2.1 Разработка экскурсионных маршрутов

- Разработка маршрута - сложная многоступенчатая процедура, требующая достаточно высокой квалификации и являющаяся одним из основных элементов технологии создания новой экскурсии.
- К разработке маршрута приступают после определения темы экскурсий и отбора объектов.

Подготовка контрольного текста экскурсии

- Текст представляет собой материал, необходимый для полного раскрытия всех подтем, входящих в экскурсию. Текст призван обеспечить тематическую направленность рассказа экскурсовода, в нем формулируется определенная точка зрения на факты и события, которым посвящена экскурсия, дается объективная оценка показываемых объектов.

Требования к тексту: краткость, четкость формулировок, необходимое количество фактического материала, наличие информации по теме, полное раскрытие темы, литературный язык.

Текст экскурсии составляется творческой группой при разработке новой темы и выполняет контрольные функции. Это означает, что каждый экскурсовод должен строить свой рассказ с учетом требований данного текста (контрольного текста).

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sostavlenie-marshruta-ekskursii>

Определение методических приемов проведения экскурсии

- Работа творческой группы на этом этапе состоит из нескольких частей:
- отбора наиболее эффективных методических приемов для освещения подтем, методических приемов, которые рекомендуются в зависимости от экскурсионной аудитории (взрослые, дети), времени проведения экскурсии (зима, лето, день, вечер), особенностей показа;
- определения приемов сохранения внимания экскурсантов и активизации процесса восприятия экскурсионного материала;
- выработки рекомендаций по использованию выразительных средств в речи экскурсовода;
- отбора правил техники ведения экскурсии.
- Не менее важно определить технологию использования методических приемов.

Определение техники ведения экскурсии

- Техника ведения экскурсии объединяет все организационные вопросы экскурсионного процесса. Авторы автобусной экскурсии, например, тщательно продумывают, когда и где экскурсанты выходят для осмотра объекта, как происходит передвижение экскурсантов между объектами, как и когда демонстрируются экспонаты "портфеля экскурсовода" и т. д.
- Соответствующие записи вносятся в графу методической разработки "Организационные указания". Эти указания адресованы и водителю автобуса. Например, в каком месте поставить автобус, где необходимо ехать медленнее для наблюдения объекта из окна.
- Отдельные указания относятся к экскурсантам (соблюдение правил безопасности на улице, выхода из автобуса, размещения в салоне).
- Важно сформулировать рекомендации об использовании пауз в экскурсии; о соблюдении времени, отведенного на освещение подтем, организацию ответов на вопросы экскурсантов; о технике использования экспонатов "портфеля"; о порядке возложения венков и т. д. Не менее важны указания о месте экскурсовода при показе объектов, руководстве самостоятельной работой экскурсантов на маршруте, проведении рассказа при движении автобуса.

Источник: <https://myslide.ru/presentation/sostavlenie-marshruta-ekskursii>

РАЗДЕЛ 3. Экскурсионный сервис

Тема 3.1 Технологии и технические средства в деятельности музеев и экспозиционных центров

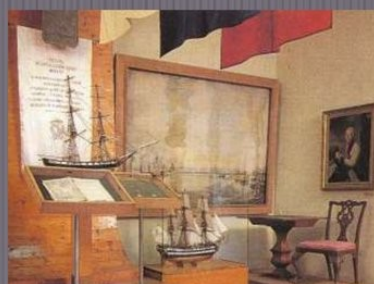
Экспозиционно-выставочная деятельность

Для **пространственного** экспонирования используются: витрины разных конструкций и форм — горизонтальные, вертикальные, настольные, пристенные, подвесные, витрины кругового обзора; подиумы - возвышения для открытого экспонирования объемных предметов; универсальные модульные системы — каркасные, бескаркасные, комбинированные, рамные, пространственно-стержневые.



Экспозиционно-выставочная деятельность

Музейная экспозиция — это целенаправленная и научно обоснованная демонстрация музейных предметов, которые организованы композиционно, снабжены комментарием, технически и художественно оформлены и в итоге создают специфический музейный образ природных и общественных явлений.



Источник: <https://ppt-online.org/1156465>

Тема 3.2 Технологии организации экскурсий за границу, туристские формальности

Паспортно-визовые формальности — процедуры, связанные с необходимостью соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима, являются одними из наиболее важных, затрагивающих каждого туриста. Установление паспортного или визового режима для иностранных граждан и туристов является прерогативой национального законодательства стран пребывания.



К туристским формальностям относят:

- паспортно-визовые формальности
- таможенные формальности (таможенный контроль и валютный контроль)
- медицинские (санитарные) формальности.

Источник: <https://multiurok.ru/files/turistskiie-formal-nosti.html?login=ok>

РАЗДЕЛ 4. Дополнительные услуги экскурсионного обслуживания.

Экскурсионные программы по видам туров

Туры	Экскурсионные программы
Туры с целью отдыха	1-2 плановые экскурсии (пешие прогулки к объектам природы, использование средств малой авиации).
Деловые туры	Посещение производственных и др. объектов, представляющих для туристов профессиональный интерес.
Познавательные туры	По историческим и культурным центрам; посещение нескольких городов или населенных пунктов (обзорные по городу, посещение музеев, картинных галерей и др.).
Дополнительные	За счет личных средств туристов; варианты замены одних экскурсий другими по желанию туристов.



Источник: <https://slide-share.ru/organizaciya-ehkskursionnogoobslyzhivaniya-23560>

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

- обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);
- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрана их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;
- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;
- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;
- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

10

Источник: <https://ppt-online.org/468844>

РАЗДЕЛ 5. Технологии экскурсионного обслуживания

Тема 5.1 Технологии обеспечения услуг питания

Современные технологии в системе управления предприятием общественного питания

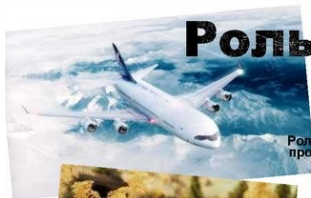


Тренды 2020



Источник: <https://en.ppt-online.org/759187>

Тема 5.2 Технологии транспортного обслуживания.



Роль и место транспортных услуг в туризме

Роль транспортных услуг в туризме определяется той функцией, которую они должны выполнять в программе путешествия. С этой точки зрения при реализации туризма средства перемещения могут обеспечивать различные направления:



- ** перевозку туристов из одного пункта в другой (доставка в destination);
- ** трансфер (встречи и проводы туристов);
- экскурсионное обслуживание (проведение транспортных или транспортно-пешеходных экскурсий);
 - ** составлять основу маршрутных туров (автобусных, железнодорожных, конных, круизов);
- составлять основу программных туров (спортивного, приключенческого, делового, космического, зрелищного);
 - ** применяться в качестве элементов развлечения в местах массового отдыха (водные лыжи, квадроциклы, аттракционы);
- использоваться в прокатном бизнесе (прокат автомобилей, велосипедов, водных мотоциклов, буров и т.п.);
- ** формировать городскую транспортную структуру (совокупность транспортных средств для организованного и самостоятельного перемещения туристов внутри посещаемого населенного пункта);
- использоваться в качестве вспомогательного технического оборудования при перемещении туристов (лифты, подъемники, непрерывные транспортные средства);
- ** являться объектом туристского интереса (музеи транспорта, инженерные транспортные сооружения и архитектурные вокзальные комплексы, детские железные дороги, монорельсовые дороги);
- ** использоваться как стационарные и передвижные средства размещения.

Доставка туристов в destination

- Доставка туристов в destination может проводиться различными видами транспорта — воздушным, железнодорожным, автомобильным, водным. Выбор того или иного вида транспорта зависит от следующих факторов: удаленности пункта назначения; скорости доставки; стоимости перевозки; комфортабельности транспортного средства; желаемой степени информативности путешествия; возможности остановки в пути по собственному желанию; предоставляемых льгот; возможности провоза определенного количества багажа; сезона (времени) года; безопасности перевозки и др.



Источник: <https://ppt-online.org/706400>

РАЗДЕЛ 6. Разработка и создание новых экскурсионных продуктов

Тема 6.1 Инновации в экскурсионной деятельности

Инновации экскурсионного продукта

- Музеи под открытым небом (скансен)
- Тематические и этнографические парки
- Военно-исторические реконструкции
- Экскурсии на трамвае, метро
- На велосипедах и сигвее
- Город вслепую



Законопроект «Об инновационной деятельности в РФ»



- Инновация (нововведение) - конечный результат инновационной деятельности, реализованный в виде нового или усовершенствованного продукта, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности

Источник: <https://ppt-online.org/122960>

Тема 6.2 Современные подходы к формированию экскурсионных продуктов.



Источник: <https://ridero.ru/books/servisologiya/freeText/>

РАЗДЕЛ 7. Психологические аспекты экскурсионного обслуживания

Тема 7.1 Принципы дифференциации потребителей экскурсионного продукта



<https://www.google.ru/search?q=%D0>



<https://www.google.ru/search?q=%D0>

Тема 7.2 Методика и технология общения с экскурсантами



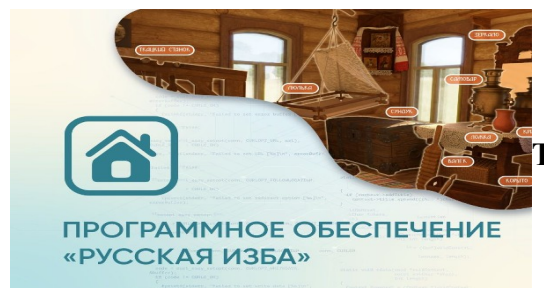
<https://www.google.ru/search?q=%>



<https://www.google.ru/search?q=%>

РАЗДЕЛ 8. Организация профессиональной деятельности экскурсовода

Тема 8.1 Инновационные методы работы с экскурсионной группой



<https://www.google.ru/search?>



<https://www.google.ru/search?>

Тема 8.2 Контроль качества экскурсионного продукта



<https://www.google.ru/search?q=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C+%D0%B>



<https://www.google.ru/search?q=%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D1%8C+%D0%B>

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.	*		