

Министерство образования и науки Российской Федерации
Институт туризма и гостеприимства
Московский государственный университет сервиса

Труды
Восьмой Международной научно-практической конференции
«Туризм: подготовка кадров,
проблемы и перспективы развития»
23-24 марта 2006 года
Вопросы подготовки кадров для индустрии туризма

Москва 2006

75.81
Т 782

ББК 63.94

Труды Восьмой Международной научно-практической конференции «Туризм: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития». 23-24 марта 2006 года. Вопросы к туризму. – М., Институт туризма и гостеприимства, филиал МГУ сервиса, 2006

Сборник тезисов докладов научно-практической конференции, в которой приняли участие преподаватели высших и средних специальных учебных заведений, а также специалисты отрасли, посвящен проблемам научного и методического обеспечения подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства. Особое внимание уделено проблемам развития туризма, его региональным аспектам, а также новым методам преподавания отдельных дисциплин.

Издание предназначено для студентов, аспирантов, профессорско-преподавательского состава учебных заведений и специалистов туристического и гостиничного бизнеса.

Редакционная коллегия:
Главный редактор Мазин К.А.
Редактор Ранчина О.В.

© Московский государственный университет сервиса, 2006

Оглавление

Ерешко Ф.И.	
Учебный научно-производственный полигон РМАТ в Бобровском районе Воронежской области	6
Зажницкая С.Ю., Шабалина Е.Ю.	
О создании учебной туристической фирмы «FINECNOV-TRAVEL» на базе Центра непрерывного образования Новгородского филиала ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов».....	122
Зорин И. В.	
Научные основы развития профессионального туристического образования	177
Зорин И. В., Кружалин В.И.	
Системные критерии развития профессионального туристического образования	28
Иванова Р.М.	
Планирование учебного процесса как элемент концепции подготовки студентов по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» в Елецком государственном университете им. И.А.Бунина.....	333
Каменский Е.И., Титов Ю.Н.	
Проблемы развития социально-перцептивных умений и навыков работников в сфере туризма	388
Лукияничук И.Н., Шишкина И.Л.	
Деловая игра как эффективный метод освоения дисциплины «Организация производства на предприятиях отрасли».....	411
Макаренко Н.Д.	
Особенности бизнес-планирования в туризме	444
Макарова Т.А.	

79 / 67

438013

Состояние и перспективы образовательного туризма в Астрахани	488
Максимов В.П.	
Самостоятельная подготовка студентов специализации «Менеджмент гостиничных и туристических предприятий».....	544
Медников А.В., Плотникова Н.И.	
Глобальные дистрибутивные системы как объект изучения в Российской международной академии туризма.....	566
Никитина О.А.	
Трудовые ресурсы как важная составляющая в реализации региональных программ развития туризма	58
Плотникова Н.И.	
Мы можем столько, сколько знаем	644
Поморцев П.М.	
Формирование специалиста туристической на основе интегрированного подхода к содержанию обучения.....	687
Правдина Л.Р.	
Активный туризм: феноменологизация и проблематика обучения.....	732
Путрик Ю.С., Караневский П.И.	
Роль дисциплины «История туризма» в системе туристического образования	822
Семенова Л.А.	
Интернационализация образования – основа качественного образования в области туризма.....	888
Скроботова О.В.	
Особенности организации практики студентов специальности «Социально- культурный сервис и туризм» в условиях регионального вуза.....	945
Соболь И.Б.	
Анимационный подход как способ формирования бренда туристического региона (на примере Алтайского края).....	1000

Фокина О.А.

Подготовка специалистов социально-культурного сервиса:

культурологический подход..... 1011

Шмелева Н.Б., Аникудинова Е.А.

Основные предпосылки развития туризма в Ульяновской области 1055

Щербакова Р.Б.

Туризм: профессия глазами студента..... 108

Эминова Е.А.

Совершенствование образования специалистов

в области туризма и процессы интеграции..... 1122

Ерешко Ф.И.

**Учебный научно-производственный полигон РМАТ
в Бобровском районе Воронежской области**

Цель и задачи создания. Основная цель создания Полигона состоит в организации условий для обучения и тренировки будущих специалистов туриндустрии на реальном, живом, постоянно меняющемся объекте и, в частности, за счет замыслов и действий стажирующихся. Данный объект создается не на пустом месте. Настоящему этапу предшествовала обширная работа ученых, специалистов РАН, РМАТ, ВГУ, профессионалов турбизнеса и местных специалистов и энтузиастов. Базу для этих разработок составил проект «Поддержка общественного движения за создание особо охраняемой территории – природного парка в бассейне р. Битюг», профинансированный Британским советом /Отдел Культуры Посольства Великобритании при поддержке Министерства охраны окружающей среды, продовольствия и развития сельских районов Великобритании (Defra). Полное представление о результатах проекта можно получить на сайтах www.eco-projects.ru/seps/project.php?id=371 и www.antran.ru.

На этом объекте будет происходить постоянный эксперимент по организации турбизнеса с привлечением отечественного и зарубежного опыта и формирование образцов для распространения в других регионах России. Деятельность ученых, практиков, преподавателей и студентов будет носить творческий характер, при этом с практической реализацией на коммерческом объекте, и служить целям развития и совершенствования различных схем проектирования и менеджмента въездного внутреннего и социального туризма. Стажировка студентов РМАТ и, возможно, студентов МГУ, ВГУ и других вузов и колледжей, подготавливающих специалистов

туристического профиля, непременно должна включать и маркетинговую компоненту. Студенты на базе Учебно-научного производственного центра должны пройти все этапы туристического менеджмента, от замысла до реализации и оценки экономической эффективности туров. Вопросы экономического риска проводимых туров должны оцениваться инструкторами-преподавателями, подготовленными РМАТ, и будут проверяться на практике.

Выбор Бобровского района в качестве территории для размещения Полигона обусловлен сохранившимся биоразнообразием (чистая река, обширный Хреновский бор, участки степи, умеренный климат), богатством историко-культурного наследия, расположением: Бобровский район занимает центральное положение в Воронежской области в бассейне реки Битюг в 100 км от Воронежа. Он относится к числу наиболее крупных в области. В районе развито сельское хозяйство и промышленность по переработке сельскохозяйственной продукции (подсолнечника, гречихи). Заслуженной славой пользуется Хреновской конный завод, существующий с 1776 года.

Район обладает выгодным транспортно-географическим положением: с запада на восток по его территории проходит железнодорожная магистраль, соединяющая Поволжье и Украину (Харьков-Лиски-Саратов); по западной части района в меридиональном направлении проходит автомагистраль федерального значения Москва-Воронеж-Ростов.

Район занимает южную часть Окско-Донской равнины и характеризуется равнинным рельефом, средняя высота территории 100-150 м над уровнем моря. Средние относительные превышения водоразделов над днищами долин составляют 20-40 м. В пределах области район характеризуется средним почвенным плодородием. По территории района с севера на юг протекает река Битюг – левый приток Дона. На северо-западе водными артериями являются река Икорец (приток Дона) и её притоки.

Район обладает средним агроклиматическим потенциалом. Продолжительность периода со средней суточной температурой воздуха выше $+5^{\circ}\text{C}$ составляет 189-196 дней, продолжительность безморозного периода - 227-233 дня. Сумма осадков за теплый период времени составляет 230-270 мм, а в восточной части района – 235-310 мм. Среднее значение абсолютных максимумов температуры достигает $+35^{\circ}\text{C}$, а минимумов -29°C . Данный потенциал в совокупности с правильной организацией хозяйства и высоким качеством почв обеспечивает ведение высокоэффективного аграрного производства.

Территория современного Бобровского района была местом кочевий степных народов. У села Мечетки в ходе археологических раскопок выявлен мавзолей XIV века, где производились захоронения знатных татар. Первые русские поселения в средние века возникли у Битюга в 1697-1698 годах. В 1779 году был образован Бобровский уезд, существовавший до 1928 года. В 1895 году через территорию уезда прошла железная дорога Лиски–Поворино.

С Бобровским краем связаны имена выдающихся людей России. Граф Орлов-Чесменский на базе Хреновского и Чесменского конных заводов вывел и разводил породу рысистых лошадей, получившую название «Орловский рысак». На базе Хреновского лесного колледжа имени Г.Ф.Морозова создан музей, посвященный жизни и деятельности этого выдающегося ученого-лесоведа, создавшего основы современного лесоведения. В пос. Ясенки сохранилась усадьба семьи Северцовых, давшей начало династии российских ученых. Краеведческий музей г. Боброва знакомит посетителей с историей и природой Бобровского края, интересными историческими вехами и фактами, связанными с именами Петра I, Екатерины II и других исторических личностей.

Биоразнообразие. Бобровский район, расположенный в южной части Черноземного региона, в географическом центре Воронежской области,

находится на границе лесостепной и степной зон. Флора и фауна района представлены типичными для лесостепи растениями и животными. Растительные и животные сообщества содержат в себе как чисто лесные (более северные), так и исконно степные элементы. Благодаря геологическим и почвенным особенностям, наличию значительного количества озер и рек, в первую очередь таких относительно крупных, как Икорец и Битюг, возник целый ряд уникальных растительных сообществ: это нагорные и байрачные дубравы, участки разнотравных и ковыльных степей, степные сообщества на меловых склонах, пойменные луга, сообщества водной растительности, низинные болота, пойменные дубравы, ивняки, топольники, ольшаники, сосновый бор, сфагновые болота, солонцы, степные болота и осиновые кусты (Солоти). Для охраны наиболее редких и ценных растений учреждено 17 памятников природы ботанического профиля. Фауна беспозвоночных животных района включает около 1500 видов водных, подземных и наземных обитателей. В водоемах Бобровского Прибитюжья встречается более 30 видов рыб. Самым многочисленным в местной фауне является класс птиц - 213 видов. На территории района встречается около 50 видов млекопитающих.

На территории Бобровского района достоверно отмечены встречи 19 видов позвоночных животных, занесенных в Красную книгу России. Хреновский бор внесен в список Ключевых орнитологических территорий России (КОТР) международного значения (Ключевые орнитологические территории, 2000).

Основными охотничьими видами являются лось, кабан, олень, косуля, заяц, лиса. На территории угодий может проводиться отлов диких животных, фото- и видеосъемка, а также спортивная и любительская охота с использованием гладкоствольного и нарезного оружия.

В связи с относительной удаленностью от населенных пунктов, трудной доступностью для населения антропогенная нагрузка снижена, что

улучшает условия обитания диких животных. На локальных территориях можно создать большую численность диких копытных животных, что даст возможность предоставить добычу трофеев: оленя европейского, лося, кабана. Водные акватории, отличные полевые угодья, примыкающие к опушке леса, создают идеальные условия для выпуска водоплавающей дичи, фазана, жаворонка.

Организация. При организации проекта следует иметь в виду, что туры, на которых будет проходить стажировка, могут быть *собственностью РМАТ*, а могут иметь *сторонний* характер, т.е. проводиться внешними коммерческими или государственными, региональными, муниципальными организациями или иметь *смешанный* характер.

На первом этапе целесообразно начать организацию стажировок на турах, которые *уже проводятся* коммерческими структурами, и предлагать коммерческим структурам инструкторов, которые привносят познавательный и исследовательский компонент в проведение туров. Организовано взаимодействие с туристским клубом «Посейдон» (г. Бобров) и с Туристским центром «Странник» (г. Воронеж), сотрудники которого проводят по 6-7 туров за сезон и испытывают затруднения в подаче увлекательного познавательного, биологического, гидрологического и этнографического материала. Можно предлагать услуги *стихийным группам*, самостоятельно прибывающим на место. *Смешанные туры* рационально организовывать на базе Хреновского конного завода и Училища по коневодству.

Размещение базовых точек. Имеет смысл создать серию обустроенных пунктов отдыха на всем протяжении маршрутов в лесу и на реке. Для обустройства *собственных* маршрутов на стартовых, промежуточных и конечных пунктах в весенне-летне-осенний периоды вполне пригодны нестационарные сооружения - павильоны с использованием современных

пластиковых материалов. Конкретные места размещения определены из условий маршрутов по согласованию с Администрацией района.

Маршруты. На основе опыта проведенных туров и накопленной информации можно сформировать базу данных с вариантами экологических туров, состоящую из различных блоков, различающихся по времени, протяженности маршрутов, числу участников, направления исследований и т.д. Виды туризма, которые можно развивать на территории района: конный туризм, конно-водный туризм, водный туризм, экскурсионный туризм, зоологический туризм, путешествие по биоразнообразию, краеведческо-этнографический (автотранспортный, с возможными элементами конной выездки).

1. В Бобровском районе уже имеется большой опыт организации *водных туров*. Успешно реализуются коммерческие туры различных турфирм. Имеется возможность включения в их проекты фрагментов, имеющих познавательный и экологический характер, что может быть осуществлено студентами РМАТ как на этапе разработки туров, так и в процессе их реализации.

2. Большие перспективы имеет организация *конных маршрутов* в Бобровском районе на базе Хреновского и Чесменских конезаводов. Реализация этих предложений силами студентов и преподавателей РМАТ совместно с конкретными организациями («Контуром» и «Собором») будет рентабельной и педагогически обоснованной. Следует также отметить, что в пос. Слобода действует училище, которое готовит коневодов. Спрос на его выпускников не обеспечивается ограниченными возможностями училища. Это говорит о развитии потребностей в общении с живым миром у населения, что является основной базой развития туризма.

3. Благодаря содействию Британского совета, удалось привлечь к разработке *природных туров* (экологических, географических, орнитологических, зоологических) ученых из ВГУ и местных жителей

(специалистов охотоведов, лесоведов, зоологов, сотрудников станции юных натуралистов и др.), располагающих обширными знаниями о крае. На основе сотрудничества разработаны первые проекты экспериментальных туров.

4. Кроме того, в процессе разработки проекта Британского совета общественной организацией - разработчиком проекта «Собор» - совместно с РМАТ накоплен опыт организации *смешанных туров*, включающих элементы научных, экологических, культурологических, этнографических туров.

5. Принципиальным является то, что все туры будут носить *научно-экспедиционный характер*.

Экономическая эффективность. На оценку эффективности влияет стоимость снаряжения, подготовки персонала, рекламной кампании, аренда транспорта, заработная плата инструкторов, стоимость путевок, платежеспособный спрос населения, возможные дотации и гранты. Первичные оценки полной собственной организации указывают на срок окупаемости в два года.

Зажицкая С.Ю., Шабалина Е.Ю.

**О создании учебной туристической фирмы «FINECNOV-TRAVEL»
на базе Центра непрерывного образования Новгородского филиала
ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный
университет экономики и финансов»**

1.1. Введение в Новгородском филиале специальностей «Туризм» и «Менеджмент организации» обусловлено важностью поставленных перед обществом новых целей, которые должны учитывать структурные изменения социально-политического и экономического характера, необходимость переоценки нематериальных ценностей. Тенденция к стабилизации мирового туризма, наблюдения и экспертные оценки современного состояния туризма показывает необходимость развития программ как внутреннего (национального) туризма, так и въездного и

выездного туризма. Отсюда вытекает необходимость подготовки профессиональных работников сферы отдыха и досуга, организации бизнес-мероприятий, воспитания квалифицированных в области туризма кадров.

Подготовка специалистов в области туризма имеет несколько уровней: профессиональная ориентация (курсовая сеть, семинары); подготовка специалистов; последипломное обучение, т.е. переподготовка и повышение квалификации.

В настоящее время активно изучается практика обучения в зарубежных учебных заведениях туризма с целью возможного создания совместных учебно-туристических предприятий. Это ведет к формированию основных умений: профессионального мастерства, деловой квалификации, гибкого предпринимательства.

1.2. Разработка образовательных стандартов. Предложения по обучению специалистов и персонала в области туризма, опыт подготовки по различным уровням находят отражение в реализации образовательных стандартов среднего профессионального обучения по специальности 2307 «Туризм» и высшего профессионального обучения по специальности 061100 «Менеджмент организации», соответствующих потребностям индустрии туризма и требованиям международных образовательных стандартов в части организации и проведения производственной (профессиональной) практики.

1.3. Создание учебной мастерской - учебной туристической фирмы – связано со стремлением найти формулу базовой подготовки персонала и специалистов, с необходимостью совместного с представителями индустрии туризма формирования учебных программ. Тем самым решается вопрос о сокращении разрыва между существующей системой подготовки кадров для индустрии туризма и реальными потребностями предприятий.

2. Цели и задачи создания учебной мастерской – учебной туристической фирмы

2.1. Обеспечение высокого качества практического обучения студентов и слушателей, обучающихся по специальностям "Туризм" и «Менеджмент организации», в соответствии с требованиями российских образовательных стандартов, индустрии туризма, международных образовательных стандартов на модельных и реальных рабочих местах учебной мастерской - учебной туристической фирмы.

2.2. Улучшение качества обучения студентов и слушателей через организацию выездных ознакомительных профессиональных практик.

2.3. Реализация концепции воспитательной работы в Новгородском филиале через организацию экскурсионных поездок для студентов и слушателей филиала.

2.4. Содействие профессиональному становлению студентов и слушателей, формирование у них любви к избранной профессии.

2.5. Участие в подготовке и реализации деловых поездок сотрудников Новгородского филиала, учебных и деловых туров, в организации семинаров и конференций на базе филиала.

2.6. Содействие расширению хозрасчетной деятельности ЦНО филиала через оказание маркетинговых услуг учебной гостинице, другим подразделениям филиала.

2.7. Внедрение в образовательный процесс современных информационных технологий, развитие аналитических умений, навыков работы с большими массивами информации.

3. Направления деятельности учебной мастерской – учебной туристической фирмы

3.1. Разработка методических материалов по проведению практического обучения студентов по специальности «Туризм» и «Менеджмент организации» с учетом требований российских

образовательных стандартов, индустрии туризма, международных образовательных стандартов.

3.2. Разработка Положения о производственной практике по специальности «Туризм».

3.3. Проведение исследовательских работ в области изучения изменений на рынке труда, в области профессиональной подготовки студентов и слушателей: анализ отзывов потребителей и специалистов, профессионального продвижения выпускников - с целью повышения качества подготовки студентов по специальности «Туризм» и «Менеджмент организации».

3.4 Сотрудничество с профессиональными ассоциациями с целью совершенствования подготовки специалистов для индустрии туризма.

3.5 Участие в профессиональных туристических выставках и ярмарках, проводимых в Великом Новгороде, Санкт-Петербурге и в других городах РФ с целью изучения направлений развития туризма в России и за рубежом, приобретения практического опыта работы с представителями турбизнеса.

3.6. Налаживание контактов с молодежными организациями, занимающимися туризмом, клубами, спортивными туристическими организациями и др. с целью изучения различных видов туризма, пропаганды образовательных услуг в сфере туризма.

3.7. Привлечение специалистов действующей индустрии туризма к сотрудничеству по всем направлениям: организация ознакомительных встреч со специалистами, проведение семинаров, деловых игр с целью развития единого подхода к образованию и требованиям качества подготовки специалистов для индустрии туризма.

3.9 Создание банка данных по турисчетским ресурсам Великого Новгорода, Новгородской области, Северо-Запада России.

4. Организация деятельности и финансирования учебной мастерской - учебной туристической фирмы

4.1. Учебная мастерская - учебная туристическая фирма является структурным подразделением Центра непрерывного образования Новгородского филиала. Руководит работой учебной мастерской - учебной туристической фирмой - заведующий производственной практикой по туризму (директор туристической фирмы), который подчиняется непосредственно начальнику ЦНО. Заведующий производственной практикой по туризму (директор туристической фирмы) назначается директором Новгородского филиала.

4.2. Хозрасчетная деятельность учебной мастерской - учебной туристической фирмы.

4.2.1. Хозрасчетная деятельность учебной мастерской - учебной туристической фирмы осуществляется в соответствии с Положением о хозрасчетной деятельности Новгородского филиала.

4.2.2. Вся прибыль, получаемая от хозрасчетной деятельности учебной мастерской – учебной туристической фирмы, инвестируется в учебный процесс и социально-базовые службы филиала.

4.2.3. На бухгалтерию филиала возлагается ответственность за прием платежей от физических и юридических лиц (по наличной и безналичной формам расчетов) за хозрасчетные услуги.

4.2.4. Платежи сторонним организациям осуществляются бухгалтерией по представлению ими соответствующих счетов, Ответственность за правильность и своевременность платежей сторонним организациям возлагается на бухгалтерию филиала.

4.2.5. Стоимость платных услуг, представляемых учебной мастерской -- учебной туристической фирмой, утверждается в соответствии со сметой директором филиала.

4.2.6. Заведующий производственной практикой имеет право привлекать работников для выполнения отдельных видов работ на хозрасчетной основе. Оплата работников, привлекаемых для выполнения отдельных видов работ, производится в соответствии с трудовыми соглашениями, оформляемыми на период привлечения работников. Трудовые соглашения оформляются в соответствии с требованиями, установленными в филиале.

4.2.7. В случае предоставления учебной мастерской - учебной туристической фирмой маркетинговых услуг другим подразделениям филиала, эти подразделения перечисляют 10-15% стоимости предоставленных им услуг в счет учебной мастерской.

4.3. Основные направления хозрасчетной деятельности учебной мастерской – учебной туристической фирмы.

4.3.1 Организация учебных и деловых туров.

4.3.2 Участие в организации семинаров и конференций, проводимых в филиале (вопросы организации встреч и проводов, проживания, питания, организации культурной программы).

4.3.3 Проведение учебных курсов по туризму и гостеприимству.

4.3.4 Предоставление маркетинговых услуг другим подразделениям филиала.

4.3.5 Предоставление информационно-экскурсионного обслуживания.

Зорин И. В.

Научные основы развития

профессионального туристического образования

В основу научного формирования содержания профессионального туристического образования положен синтез принципов профессиональной педагогики и концептуальных подходов туристики. В исследовательском плане профессиональное туристическое образование рассматривается нами как зона пересечения трех логических пространств (рис. 1).

образовательного, которое определяет принципы и условия его образования (как учить?), туристического, раскрывающего концептуальные подходы к его формированию (чему учить?), и профессионального, определяющего систему образовательных стандартов образования (кого учить?).

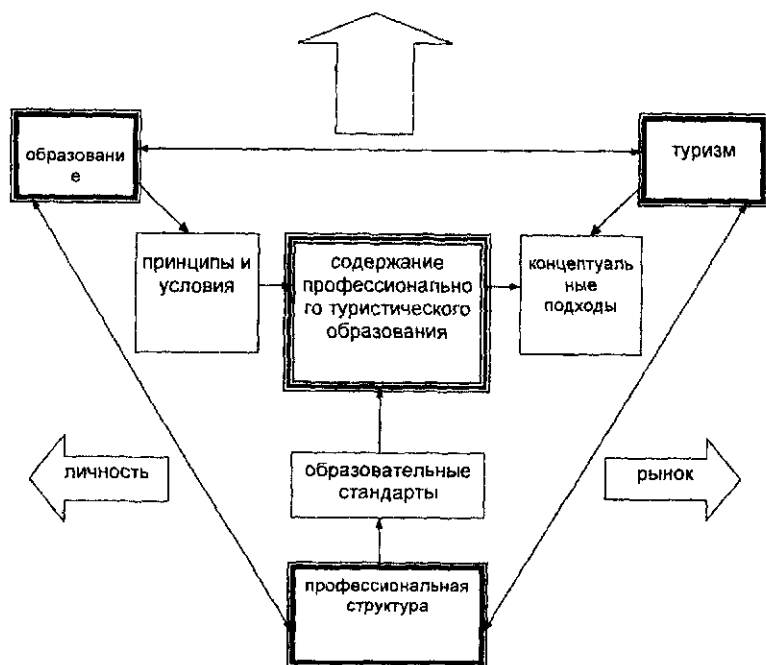


Рис. 1. Модель содержания профессионального туристического образования

Гносеологическая модель туризма имеет три ведущих подсистемы. Это турист – субъект туристики, удовлетворяющий свои рекреационные потребности и характеризующийся особой системой свойств и состояний (физиологических, психологических, экологических, экономических, социальных и т. п.), знание которых обязательно для специалиста по туризму. Индустрия туризма – объект туристики, туристические центры и районы, включающие комплекс природных и культурно-исторических

условий, а также предприятия сферы услуг, которыми пользуются туристы в месте отдыха и во время транспортировки.

Туристический продукт – предмет туристики, специально организованная туроператором программа рекреационной деятельности и обслуживания, реализуемая на туристическом рынке как самостоятельный продукт.

Содержание профессионального туристического образования раскрывает специфику объекта, субъекта и предмета туристической деятельности.

При этом определено содержание профессионального туристического образования с позиций раскрытия сущности предмета исследования. В операциональном плане это понятие определяет совокупность образовательных стандартов, включающих перечень специальностей, а также комплекс предметов и дисциплин, отобранных на основе принципов профессионального образования и концептуальных подходов туризма в целях максимизации аксиологического развития личности, доступности культурного и исторического наследия, формирования туристического рынка. Содержание профессионального туристического образования раскрывает специфику объекта, субъекта и предмета туристической деятельности.

Область знаний о туризме – туристика – имеет собственные объект, предмет и субъект изучения, выделяемые гносеологической моделью туристики (рис. 2).

Гносеологическая модель туризма имеет три ведущих подсистемы. Каждая из подсистем гносеологической модели туристики вступает в отношения с другими ее подсистемами. Так, например, турист (субъект туристики) обладает системой рекреационных потребностей, которые должен учитывать туроператор при производстве туристического продукта (связь Т и П).

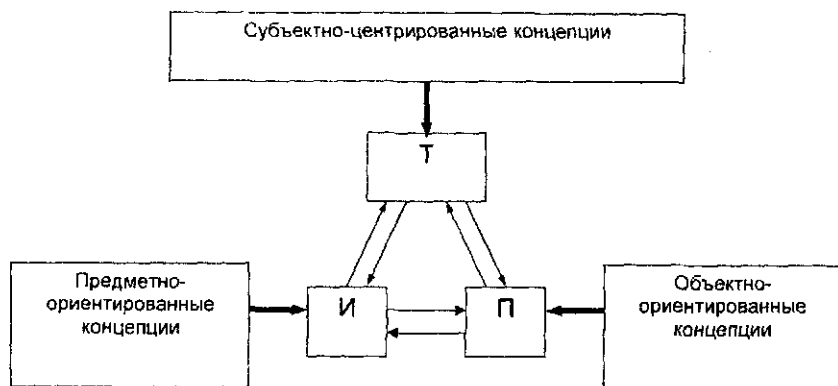


Рис. 2. Гносеологическая модель туристики (Элементы: Т – турист (субъект туристики); И – индустрия туризма (объект туристики); П – туристический продукт (предмет туристики). Отношения: Т ↔ П – рекреационные потребности; Т ↔ И – рекреационная деятельность; И ↔ Т – туристические услуги; И ↔ П – технологии производства услуг; П ↔ И – туроперейтинг; П ↔ Т – анимация и адвертайзинг)

С другой стороны, турист проявляется в отношениях с индустрией туризма характером рекреационной деятельности и как потребитель услуг в месте их производства (связь Т и И).

Объект туристики характеризуется отношениями индустрии туризма с туристом как потребителем туристических услуг (И и Т) и с предметом туристики как с технологией производства услуг (И и П).

Туристический продукт предусматривает отношения выбора эксклюзивных производителей туристических услуг (П - И) в целях оптимизации туристической программы и анимации туристической программы в отношении с субъектом туризма (П - Т).

Отрасли и дисциплины туристики

Гносеологический подход выполняет особую роль, и суть его в следующем. Есть отрасли и виды деятельности, существование которых

требует особо важных специалистов, выражающих сущность деятельности. Например, театр требует актеров, медицина – врачей и т. п. По масштабу явления в социальной и экономической жизни общества туризм не уступает таким сферам деятельности, как культура или здравоохранение. Но если культура, здравоохранение, как и большинство других общественно значимых сфер деятельности, имеют свою систему научной и педагогической поддержки в виде комплексных дисциплин культурологии и медицины, которые и послужили основой для формирования комплексного образовательного стандарта для подготовки собственных специалистов, то туризм до сих пор пользуется «чужими» стандартами.

До недавних пор отсутствовал государственный образовательный стандарт по подготовке специалистов туризма. Они готовились в рамках других специальностей и направлений: менеджмент, экономика непродовольственной сферы, география, статистика, сфера услуг и прочее. Очевидно, что подготовка медицинского персонала не может быть реализована в рамках других образовательных стандартов, хотя медицине необходимы менеджеры, статистики, бухгалтеры, специалисты по медицинской географии и т. п. Все равно ведущей фигурой в здравоохранении остается врач. Точно так же и подготовка специалистов по туризму требует специального образовательного стандарта, который способен обеспечить синтез в подготовке нового специалиста, способного выполнять ведущую роль в сфере туризма – обеспечить реализацию рекреационных потребностей: развитие физических, психических и интеллектуальных сил человека с помощью специфических технологий, присущих туризму. С 2004 г. в порядке эксперимента введена новая специальность высшего профессионального образования «Туризм», в государственном образовательном стандарте, которой в значительной степени учтены опыт Российской международной академии туризма и результаты эксперимента по созданию многоуровневой системы

непрерывного профессионального туристического образования.

Однако необходимо создание системы стандартов профессионального туристического образования на научной основе, и, в первую очередь, раскрытие состояний подсистем и характера их отношений, что составляет цель туристики.

Гносеологическая концепция туристики позволяет достаточно полно обрисовать концептуальные контуры, которые и составляют специализированную сущность профессионального туристического образования (таблица. 1).

Таблица 1. Гносеологическая типология областей туристики и требования к выпуску основных специалистов в сфере профессионального туристического образования

Концепции	Области туристики	Специалист
1. Субъектно-центрированные	Анимация Рекреология Педагогика туризма Экскурсоведение	Аниматор Рекреолог Педагог туризма Экскурсовод (гид)
2. Объектно-центрированные	Технология туризма	Технолог туризма
3. Предметно-центрированные	Туроперейтинг Экономика туризма Менеджмент туризма	Туроператор Экономист туризма Менеджер туризма

Проведенный гносеологический анализ позволил выявить восемь базовых для туризма специалистов, каждый из которых имеет свою область труда в туризме и требует открытия, по крайней мере, шести новых государственных образовательных стандартов (анимация, рекреация, экскурсоведение, технология туризма, педагогика туризма, туроперейтинг), поскольку ни один из этих специалистов не может быть подготовлен в рамках действующих стандартов.

Модель иерархии содержания профессионального туристического образования

Суть модели состоит в том, чтобы найти корреляцию многоуровневой системы непрерывного профессионального туристического образования с иерархией туристической деятельности. Строя подобную модель, мы априори ожидаем, что содержание профессионального туристического образования имеет иерархическую структуру, которая, в свою очередь, задается и определяется иерархией туристической деятельности. Иерархия как системное понятие определяет характер структурных отношений внутри таксонов и вообще сложных систем, при которых системы низшего уровня образуют некую целостность внутри систем более высокого уровня.

<i>Уровни деятельности и образования</i>	<i>Области занятости в сфере туризма</i>	<i>Педагогические проблемы содержания профессионального туристического образования</i>
I. Целевой (предмет труда)	Туризм как деятельность	Дифференциация образовательных стандартов
II. Концептуальный (сущность деятельности)	Области перспективной деятельности (карьеры) в туризме	Дифференциация по характеру концепции туристической деятельности
III. Ориентационный (ориентация личности)	Направления деятельности	Дифференциация специальностей
IV. Профессиональный (специализации деятельности)	Предметные сферы деятельности – реестр квалификационных требований	Дифференциация учебных специализаций – профессионально-образовательных программ
V. Модульный (профессионально-квалификационная параметризация деятельности)	Рабочие места	Дифференциация предметных сфер обучения – профессионально-квалификационных модулей

Рис. 3. Модель иерархии туристической деятельности и содержания профессионального туристического образования

Приведенная модель иерархических уровней туристической деятельности устанавливает связь уровней занятости в туризме (области

занятости в сфере туризма) и уровней решения педагогических проблем содержания профессионального туристического образования (рис.3).

Согласно предлагаемой модели, дифференциация по предмету труда конкретизируется на следующем уровне иерархии по областям перспективной деятельности (карьеры) в туризме, а содержание профессионального туристического образования характеризуется концепциями туристической деятельности.

Далее области перспективной деятельности дифференцируются на направления и предметные сферы деятельности, а последующая конкретизация содержания профессионального туристического образования происходит соответственно по специальностям и специализациям. Уровни I–IV представляют собой макро модель содержания профессионального туристического образования.

Модульное раскрытие содержания профессионального туристического образования

Иерархическое представление содержания профессионального туристического образования завершается модульным уровнем, на котором характеризуется содержание образования для получения необходимых знаний, умений и навыков с позиций обслуживания конкретных рабочих мест, создаваемых для осуществления туристической деятельности.

Содержание профессионального туристического образования раскрывается через профессионально-квалификационные модули подготовки специалистов в границах выделяемых предметных сфер обучения. Для систематизации информации в этом направлении предлагается модель профессионально-квалификационного модуля специализации (ПКМС), которая позволяет последовательно получать всю необходимую информацию об областях деятельности, направлениях, специализациях, предметных сферах деятельности, а также о видах работ в этой сфере (табл.2).

*Таблица 2. Модель профессионально-квалификационного
модуля специализации*

Уровень менеджмента	Область деятельности			Стаж работы	Документ о профессиональной подготовке
	Направления деятельности				
	Специализация				
	Предметная сфера деятельности	Предметная сфера деятельности	Предметная сфера деятельности		
Начальный	Виды работ	Виды работ	Виды работ	лет	Сертификат
Средний	Виды работ	Виды работ	Виды работ	лет	Диплом колледжа
Высокий	Виды работ	Виды работ	Виды работ	лет	Диплом академии (университета)

Модульная структура профилизации в сфере туризма упрощает систематизацию и выбор учебных специализаций на разных уровнях профессионального обучения. Предложенная схема может быть адаптирована к построению структур профессионального образования в рамках других специальностей и направлений гуманитарного профиля.

Структуризация содержания профессионального туристического образования

Профессиональная подготовка дифференцирована на начальном и среднем уровнях профессионального туристического образования соответственно в профессиональных лицеях и колледжах. Высшая профессиональная туристическая подготовка в Российской международной академии туризма включает семнадцать направлений и специализаций, каждая из которых, в свою очередь, имеет блок дисциплин общеобразовательной и профессиональной подготовки.

Повышение уровня профессионального туристического образования осуществляется в рамках соответствующих дисциплин специализаций и специальностей. Перепрофилирование происходит в форме профорientации, профессиональной подготовки и профессиональной переподготовки с

присвоением квалификации. Бизнес-образование включает систему экспресс-семинаров, стажировок и программ «МВА-туризм» по компетенции Института дополнительного профессионального образования РМАТ. Система послевузовского образования включает аспирантуру и докторантуру.

Вхождение в международное образовательное пространство

27 октября 2005 года в Российской Федерации официально зарегистрировано Некоммерческое партнерство "Международный Конгресс профессионального туристического образования" (МКПТО). Эта новая международная организация была учреждена по инициативе Российской международной академии туризма (РМАТ) и её ректора в Париже 17 марта 2005 года. Учредители Международного конгресса профессионального туристического образования (МКПТО):

- от негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования - Российская международная академия туризма (РМАТ) - ректор Зорин И.В.;

- гражданин Франции г-н профессор Бернар Моруччи, Координатор сети UNESCO/UNITWIN «Культура-Туризм-Развитие», Университет Париж 1 – Пантеон Сорбонна;

- гражданин Франции г-н профессор Жерар Грелле, Директор Института научных исследований и высшего образования в туризме (IREST);

- гражданин Российской Федерации профессор Зорин Игорь Владимирович;

- гражданин Швейцарии профессор Петер Келлер, президент Международной ассоциации научных экспертов по туризму (AIEST);

- гражданин Италии г-н профессор Норберто Тонини, Президент Международного бюро социального туризма (BITS).

Главными задачами Конгресса являются:

- Содействие координации усилий ученых образовательных туристических учреждений, научных учреждений, организаций туристической индустрии, направленных на выработку согласованных основ научной методологии взаимодействия в рамках деятельности Конгресса.

- Содействие подготовке, переподготовке и повышению квалификации преподавателей и научных работников образовательных и научных учреждений, осуществляющих деятельность в сфере туризма и профессионального туристического образования.

- Разработка научно обоснованных рекомендаций для органов государственной власти, связанных с решением проблем в сфере туризма, науки и образования.

- Установление партнерских отношений между общественными организациями, объединениями, ассоциациями, иными организациями туристического профиля Российской Федерации и других государств для обмена информацией и использования опыта научной, педагогической и туристической деятельности.

- Проведение выездных заседаний и научных семинаров, посвященных проблемам развития профессионального туристического образования и туризма с привлечением ученых из разных стран мира.

- Организация, проведение и обеспечение коллективных и индивидуальных стажировок и научных сотрудников, аспирантов, студентов за рубежом.

Членами Конгресса могут быть российские и иностранные граждане, а также российские и иностранные юридические лица, принимающие участие в подготовке кадров туристического профиля, осуществляющие научную или практическую деятельность в сфере туризма.

В качестве приоритетных задач и направлений деятельности МКПТО можно выделить:

1. Содействие формированию и развитию многоуровневой системы непрерывного профессионального туристического образования на основе небюджетного финансирования в условиях вхождения России в Болонский процесс и предстоящего вступления во Всемирную торговую организацию. .
2. Совершенствование профессионально-квалификационной структуры кадров в сфере туризма.
3. Формирование содержания профессионального туристического образования с учетом перспективных направлений развития туризма и потребностей рынка труда при разработке образовательных стандартов и диверсификации образовательных программ ПТО.
4. Внедрение новых информационных и педагогических технологий и международных стандартов качества ПТО.
5. Обеспечение профессиональной мобильности выпускников системы ПТО.
6. Обеспечение педагогических условий подготовки кадров-специалистов.
7. Обеспечение социально-экономической эффективности региональных программ и международных проектов в сфере ПТО.

Зорин И. В., Кружалин В.И.

Системные критерии развития

профессионального туристического образования

Сейчас, как никогда, *России необходима конкурентоспособная система образования*, позволяющая ответить на вызов цивилизации нового тысячелетия. В наши дни, когда большая часть экономического богатства создается вне среды материального производства и *экономика знаний становится важнейшей отраслью народного хозяйства*, многократно растет значимость и стоимость интеллектуального труда.

Туризм как важная сфера жизнедеятельности многих стран - именно та область, где способность принимать оптимальные решения, организовывать финансовые потоки и технологические цепочки требует

быстрой модернизации образования, его *инновационного обновления*. Именно туристическому образованию как инструменту эффективной генерации добавленной стоимости, а также системным критериям его оценки мы хотели бы посвятить сегодняшний доклад. Учитывая регламент, хотели бы осветить четыре основных, на наш взгляд, аспекта.

Законодательный, связанный с определением зоны ответственности государства в сфере туристического образования, расширением его государственной поддержки.

Социальный, учитывающий формирование комплекса мер по повышению мотивации населения к получению туристического образования на уровне мировых и европейских стандартов.

Экономический, в первую очередь обеспечивающий условия для подготовки высококвалифицированных, конкурентоспособных специалистов в сфере туризма, для постоянного повышения их профессионального уровня и мобильности в мировом масштабе.

Образовательный, связанный с переходом к устойчивому инновационному развитию туристического образования, включающего апробированные механизмы непрерывного повышения качества и конкурентоспособности образования.

Говоря об образовательном аспекте, хотел бы подчеркнуть, что в условиях стремительного обновления знаний, навыков и умений в туристической сфере и динамичного изменения технологий *необходимо создание гибкой и динамичной системы всеобщего непрерывного туристического образования* как императива конкурентоспособности кадрового капитала.

Такая система должна обеспечить *преемственность образовательных стандартов и программ различных уровней общего и профессионального образования*, а также возможность выбора индивидуальной образовательной траектории, соответствующей запросам рынка труда. Кроме того, именно в

этой плоскости развития лежит переход к *модульному принципу построения образовательных программ* профессионального образования, что позволит обеспечить его гибкость и вариативность.

Как показывает опыт развития РМАТ с ее развитой образовательной сетью, огромную роль в инновационном развитии туристического образования играют регионы, наиболее приближенные к рекреационным ресурсам, объектам культурного и природного наследия. Нам совершенно очевидно, что игнорирование региональной специфики, выстраивание некоего универсального туристического образования обрекают его реформу на неудачу.

Здесь наш вывод однозначен: соблюдая общепринятые государственные стандарты и учитывая чрезвычайно многообразные условия образовательной жизни регионов, *нет необходимости разрабатывать единую модель туристического образования*. Вместе с тем, учитывая исторически сложившиеся диспропорции в экономическом положении регионов, а соответственно - в образовательном потенциале, необходимо предложить механизмы регионального выравнивания. Это могут быть целевые субвенции или целевые программы, однако самое главное - необходимо, чтобы «образовательные целевые деньги» были привязаны не к вузам, а к субъектам обучения - студентам. Вот тогда все встанет на свои места. Кстати, тогда и начнется реальный процесс нивелирования образовательных возможностей государственных и негосударственных учебных заведений и реальное решение *проблемы равнодоступности различных секторов образования к государственным ресурсам*.

Несколько слов *об интеграции России в международное образовательное пространство*. Сегодня мы говорим об открытости туристического образования. Что это реально значит? А это, прежде всего, означаст, что, сохраняя свои лучшие традиции (а они у нас есть), российское

образование должно в полной мере учесть мировые образовательные тенденции, нормы и стандарты. У нас есть яркий пример, наши студенты вот уже год обучаются в российско-французском институте «VATEL – PMAT».

И мы идем в этом направлении дальше, именно таким образом повышая конкурентоспособность страны в условиях глобализации мировой экономики, а значит адекватность образовательной системы России европейскому и мировому уровню. При этом мы учитываем, что переход к информационному обществу, значительное расширение масштабов межкультурного взаимодействия обуславливают *особую необходимость коммуникативной подготовки студентов туристического вуза.*

Сейчас мы практически решаем задачи достижения уровня профессионального туристического образования, эквивалентного мировым образовательным стандартам и образцам качества, на всех его ступенях. Используем при этом *сопоставимые процедуры, инструменты и средства контроля качества образования*, устанавливаем критерии соответствия российских и зарубежных дипломов и квалификационных структур в профессиональном туристическом образовании.

Современная ситуация поставила сферу, в которой мы работаем, перед необходимостью перехода к новой парадигме *единого профессионального туристического образования*, неразрывно – объединяющего пять традиционных его компонентов: начальное, среднее, вузовское, послевузовское и дополнительное профобразование. Это позволит ускоренно преодолеть дефицит высококвалифицированных кадров (в том числе – самой высшей квалификации) для производства туристических услуг, который становится едва ли не главным тормозом развития отечественной экономики. Кроме того, это позволяет повысить качество и эффективность подготовки высококвалифицированных специалистов среднего звена, которых просто катастрофически не хватает, и сформировать

условия для гибкого реагирования системы профессионального туристического образования на запросы рынка труда.

Особо акцентирую ваше внимание *на подготовке специалистов высшей квалификации*. При острейшем дефиците докторов и кандидатов наук, работающих и разбирающихся в сфере туризма как важнейшей отрасли экономики, в стране предельно мало диссертационных советов и аспирантур, которые бы готовили такие кадры. Между тем Российская академия наук четко, однозначно и официально рекомендовала создание целой сети таких советов (управленческих, экономических, культурологических, исторических и т.д.). Но воз и ныне там.

А ведь это – *реальный и эффективный механизм реализации триады «наука – образование – практика»*, который только в условиях России может дать мощные инновационные всходы, использовать реально уникальный фактор обновления и повышения качества отечественного высшего образования. Именно такой подход дает возможность расширить *экспорт российского образования*, создать образовательные консорциумы с участием российских вузов, *перейти от затратной экономики образования к экономике его развития*.

Хотел бы обратить внимание участников конференции на следующий аспект. Убежден, что наряду с опережающим повышением объема бюджетного финансирования сферы образования, создавая условия повышения эффективности использования бюджетных средств (о чем сегодня так много говорили), необходимо стимулировать привлечение негосударственными образовательными учреждениями внебюджетных финансовых ресурсов, для чего должны быть сняты барьеры, препятствующие их рациональному использованию.

А ведь что мы имеем сейчас? За последние годы принят ряд мер, заметно уменьшающих доход образовательных учреждений от собственной хозяйственной деятельности. Одновременно происходит резкое увеличение

налогового бремени образовательных учреждений. *Фактически их приравнивали к коммерческим предприятиям.*

Прежде всего, *необходимо отказаться от налога на землю и имущество образовательных учреждений всех форм собственности,* введенного с 01.01.2006 г. Мы должны учесть мировой опыт и не наступать дважды на те же грабли. Вспомните, Ф.Рузвельт в годы Великой депрессии передал землю университетам. Сейчас бюджет почти каждого американского университета превышает наши федеральные расходы на образование.

В заключение хотел бы несколько слов сказать о нормативно-правовом обеспечении инновационного развития туристического образования. Несмотря на многие серьезные форумы и симпозиумы, *за последние десять лет не принято ни одного правового акта, который усовершенствовал бы правовую ситуацию в туризме. От этого в серьезной правовой неопределенности находится и сфера туристического образования.*

Не вдаваясь в детали, хотел бы призвать законодателей формировать процессы опережающего законодательства и нормотворчества, стимулирующие инновационное развитие туристического образования, повышение его доступности, качества и эффективности, активизацию образовательной деятельности регионов, туристического бизнеса.

Иванова Р.М.

**Планирование учебного процесса как элемент концепции
подготовки студентов по специальности**

«Социально-культурный сервис и туризм»

в Елецком государственном университете им. И.А.Бунина

В Елецком государственном университете им. И.А.Бунина подготовка студентов по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» ведется с 2001 года. Интерес к данному профилю подготовки студентов

объясняется общей тенденцией роста значения сервиса в современном мире. Начиная с 2000-го года в России большое количество государственных и негосударственных вузов готовят выпускников по специальностям, так или иначе связанным с туризмом, и в настоящее время недостатка в абитуриентах они не испытывают. На фоне нарастающих демографических проблем все без исключения учебные заведения столкнутся с проблемой конкуренции на рынке образования. Ее решение будет связано с оптимизацией профессиональной подготовки студентов, поиском баланса между теорией и практикой в обучении.

Туризм как вид деятельности может рассматриваться минимум с четырех позиций: как самостоятельный вид экономической деятельности; как межотраслевой комплекс; как отрасль хозяйства; как деятельность туристов. Такая многоплановость затрудняет определение концептуального подхода к подготовке специалистов. Споры о преимуществах тех или иных образовательных программ не являются предметом нашего рассмотрения, однако хочется отметить тот факт, что большие возможности предоставлены уже существующими образовательными программами. Поэтому особое значение приобретает планирование учебного процесса.

Разработка и корректировка учебного плана рассматривались нами как самый ответственный момент методического обеспечения подготовки специалистов по сервису и туризму. Самое пристальное внимание уделялось планированию дисциплин регионального компонента, дисциплин специализации, а также курсов по выбору и факультативов.

Изучение дисциплин национально-регионального компонента имеет большое значение с точки зрения реализации образовательной программы по специальности. Введение тех или иных предметов в соответствующие разделы учебного плана может существенно повлиять на качество подготовки специалистов, в первую очередь, на уровень соотношения теоретических знаний и практических навыков работы по избранной

специальности, что является важным фактором конкурентоспособности выпускника на рынке труда. При разработке данного раздела нами учитывались следующие критерии, определившие выбор и сочетание дисциплин: это традиционные подходы к подготовке студентов по данной специальности, которые успели сложиться в ведущих вузах; конъюнктура рынка труда; общее направление развития отрасли; перспективы развития социально-культурного сервиса в регионе.

Специфика подготовки студентов в условиях провинции заставила нас выработать свои подходы к планированию дисциплин национально-регионального компонента. При определении концепции построения регионального блока одним из ключевых стал вопрос о том, насколько допустима концентрация внимания на местной региональной специфике. С одной стороны, необходимо учитывать потребности региона, в котором находится образовательное учреждение, в специалистах по социально-культурному сервису и туризму. Вследствие этого велик соблазн сосредоточиться только на реализации потребностей региона. Однако необходимо учитывать возможность трудоустройства выпускников в и других регионах. С этой точки зрения представляется недопустимым введение дисциплин, сконцентрированных только на региональной специфике или национальной самобытности одного народа.

В соответствии с государственным образовательным стандартом дисциплины регионального компонента должны расширять и углублять знания студентов именно в тех направлениях, которые предусмотрены основными циклами дисциплин: ГСЭ, ЕН, ОПД, ДС. Представляется возможным поместить в региональном сегменте цикла общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин следующие курсы в такой последовательности:

1. Общая социально-экономическая география (1 сем. – далее в скобках указывается номер семестра).

2. Культурологи (2).
3. Этнология (6).
4. Политология (9).

Выбор каждой из дисциплин имеет свое основание. Изучение «Общей социально-экономической географии» мы считаем необходимым, поскольку у значительной части первокурсников наблюдается недостаточность географических знаний, что существенно затрудняет профессиональную подготовку студентов. Данный предмет помогает оптимально подготовить студентов к изучению таких профессиональных дисциплин, как «География туризма» (4), «Экономика и предпринимательство в СКСиТ» (4,5), «Страноведение» (6), «Технологии турдеятельности» (8). «Культурология» позволяет сформировать знания о закономерностях развития мировой культуры и культур отдельных народов, помогает студентам понять современные процессы глобализации, осознать туризм не только как экономическое, но и как культурное явление. Изучение «Культурологии» базируется на знаниях, полученных при изучении «Отечественной истории» (1), «Мировой культуры и искусства» (1, 2). «Этнология» позволяет получить прочные знания о национальных традициях, обычаях, ментальных особенностях отдельных народов. Данная дисциплина необходима для подготовки студентов к работе с представителями разных народов в условиях выездного туризма и на приеме. Она теснейшим образом связана с такими разноплановыми предметами, как «Профессиональная этика» (5), «Маркетинг в СКСиТ» (6), «Безопасность в туризме» (9). «Политология» помогает уяснить взаимосвязь экономических и политических процессов, в том числе влияние политики на развитие туризма.

В цикле ОПД мы предлагаем следующие курсы:

1. Введение в специальность (1).
2. Регионалистика (3).
3. Музееведение (4).

4. Экскурсоведение (5).

«Введение в специальность» имеет своей главной задачей подготовку студентов к последовательному получению профессиональных знаний, умений и навыков, знакомит со спецификой избранной профессии, формирует устойчивую профессиональную мотивацию. Студенты знакомятся с основными профессиональными понятиями, изучают туризм как область профессиональной деятельности. Значительная часть курса посвящена ознакомлению с дисциплинами специальности и специализации. «Регионалистика» формирует базу для освоения дисциплин экономической составляющей учебного плана. «Музееведение» позволяет существенно расширить профессиональные знания за счет изучения специфики музейного дела и возможностей разного рода музеев для развития туризма в регионе. «Экскурсоведение» должно быть неотъемлемой частью подготовки, так как в настоящее время возрастает потребность в специалистах, способных разрабатывать и реализовывать разнообразные экскурсионные программы.

Возможности подготовки специалистов по туризму можно существенно расширить за счет курсов по выбору и факультативных курсов. В цикле ГСЕ мы предлагаем студентам следующий выбор:

История туризма - Актуальные вопросы менеджмента туризма;
Религии народов мира - Культурно-исторические центры России;
Искусство народов Азии, Африки, Америки, Австралии и Океании –
Мировая литература.

В цикле ОПД студенты могут выбрать следующие курсы:

Религиозный туризм - Экологический туризм;
Информационные сети и базы данных – Статистика;
Корпоративная культура - Основы эффективного общения;
Организация работы турагентства - Анимация в туризме;
Выставочные комплексы и музеи мира - Национальные парки мира.

Изучение курсов по выбору согласно учебному плану начинается с третьего курса. К этому времени у студентов уже сформирована достаточная теоретическая база, и выбор тех или иных дисциплин, как правило, обусловлен представлениями о перспективе практического применения знаний.

Представленный подход к планированию дисциплин регионального цикла и курсов по выбору является одним из ключевых в разработке общей концепции подготовки специалистов; он направлен на оптимизацию подготовки студентов к изучению дисциплин специальности и специализации.

Каменский Е.И., Титов Ю.Н.

Проблемы развития социально-перцептивных умений и навыков работников в сфере туризма

Одной из актуальных проблем в области подготовки кадров, работающих в сфере туризма, является развитие их психологической компетентности. Дело в том, что круг профессионально значимых психологических знаний и умений работников сферы туризма довольно широк, и это обстоятельство затрудняет выделение некоего базового ядра психологической компетентности работников сферы туризма.

На наш взгляд, в качестве основы психологической компетентности работников сферы туризма могут рассматриваться знания, умения и навыки, обеспечивающие успешность их профессионального общения с клиентами. В профессиональной деятельности работников сферы туризма общение уже выступает не как обыденная категория человеческого взаимодействия, а как категория функциональная, как инструмент воздействия, как органичный компонент профессиональной деятельности. Указанное обстоятельство предъявляет значительные требования к коммуникативной культуре работников сферы туризма.

В свою очередь сложность и многоаспектность самого процесса общения ставит перед исследователем задачу – выделить комплекс

психологических знаний и умений, обеспечивающих успешность профессионального общения работников сферы сервиса.

Анализ литературы по проблематике психологии общения, бизнеса, торговли и менеджмента позволяет предположить, что исходным моментом взаимодействия работника сервиса с клиентом является ориентация первого в социально-психологических особенностях последнего.

Как только работник сферы туризма распознает основные социально-психологические особенности клиента, он может разработать стратегию, тактику и манеру своего профессионального общения. Так, например, зарубежные исследователи (Дж. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Минниард) выделяют несколько типов личности клиента: Смелый, Дружелюбный, Искренний, Компетентный. Исследователи описывают основные психологические особенности каждого типа личности клиента и на этой основе рекомендуют основную стратегию работы с клиентом и наиболее эффективные воздействия на него. Например, в работе с клиентом, который относится к сильному типу личности, рекомендуется избрать «стратегию завоеваний» клиента и использовать следующие приемы работы: быть кратким, но точным; раскрыть прежде всего то, что ваша услуга или товар даст клиенту; подчеркивать значимость и престижность клиента и т.д. В работе с Дружелюбным клиентом рекомендуется использовать «стратегию убеждения», которая предполагает, что работник сервиса сам предельно дружелюбен и общителен, но при этом не вдается в детали, старается выделить новизну и оригинальность своей услуги. Работа с Компетентным клиентом предполагает «стратегию осторожности и доказательств», которая включает описание деталей услуги или товара, строгую логику презентации, выбор серьезной, спокойной и несуетливой манеры общения. Взаимодействие с Искренним клиентом требует выбора «стратегии поддержки», которая включает детальную характеристику услуги (товара), частую апелляцию к мнению клиента, отсутствие давления, искренность манеры общения и т.д.

Типология личности клиента может быть и более детализированной. Так, например, выделяются такие типы личности клиентов, как Скептический, Образованный, Наивный, Враждебный, Устрашающий, Нерешительный, Охотник потроговаться, Импульсивный, Соглашающийся, Нытик.

Вне зависимости от того, какая концепция типологии личности клиента используется в процессе подготовки работников в сфере сервиса, важно то, что принцип подготовки остается общим и включает в себя следующие этапы: 1. знакомство с типологией личности клиента и выделение основных психологических характеристик каждого типа; 2. овладение стратегией и тактикой работы с клиентами каждого типа.

На наш взгляд, важной составной частью подготовки работников сферы сервиса к работе с клиентами является развитие их умения распознавать психологический тип клиента на основе восприятия внешнего вида клиента, его речи, невербальных реакций (типичных поз, жестов, движений, походки, смеха и т.п.). Интересные и практически значимые данные по этому вопросу представлены в работе А. А. Алексеева и Л. А. Громовой «Психометрия для менеджеров». В данном труде детально описаны внешние признаки различных геометрических форм личности (Квадрат, Треугольник, Прямоугольник, Круг, Зигзаг), описаны процедуры экспресс-диагностики типов личности (с помощью схемы наблюдений), а также приведены практические рекомендации и сценарии эффективного взаимодействия с различными типами людей как с клиентами в ситуациях делового общения.

Итак, на наш взгляд, одним из центральных компонентов психологической подготовки работников сферы туризма является развитие их компетентности в сфере общения и, прежде всего, тех знаний и умений, которые помогают разбираться в социально-психологических особенностях клиента и выстраивать на этой основе процесс профессионального общения.

Содержание обучения, направленного на развитие социальной перцепции работников сферы туризма, может включать в себя:

1. знакомство с концепциями типологии личности клиента;

2. овладение процедурами экспресс-диагностики типов личности клиентов на основе наблюдения за их поведением;
3. знакомство с основными стратегиями и приемами эффективного делового общения с клиентами разного типа.

Практика подготовки кадров в сфере бизнеса и сервиса убедительно показывает, что наиболее эффективной формой развития коммуникативной компетентности обучаемых является социально-психологический тренинг.

Литература

1. Алексеев А.А., Громова Л.А. Психометрия для менеджеров. – Л., Знание, 1991. – 164 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер, 2001. – 752 с.
3. Энджел Дж. Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миннирд Л.У. Поведение потребителей. – СПб.: Питер, 2000. – 759 с.

Лукиянчук И.Н., Шишкина И.Л.

Деловая игра как эффективный метод освоения дисциплины

«Организация производства на предприятиях отрасли»

Дисциплина «Организация производства на предприятиях отрасли» в соответствии с государственным образовательным стандартом является одной из основных специальных дисциплин подготовки экономистов и менеджеров для предприятий индустрии туризма. Целью изучения данной дисциплины является освоение студентами теоретических знаний и приобретение практических навыков в данной области, а также приобретение навыков самостоятельного пополнения знаний и их творческого использования в процессе последующего обучения и практической деятельности. Актуальность изучения дисциплины «Организация производства на предприятиях отрасли» вызвана существенными, глубинными изменениями функционирования предприятий в условиях рынка, основные среди них

- ужесточение конкурентной борьбы;
- ограниченность и удорожание материальных и трудовых ресурсов;
- переход от рынка производителей к рынку покупателя;

- внедрение новых технологий, материалов, информационных систем;
- повышение требований безопасности, в том числе экологической, как к процессу производства, так и к выпускаемой продукции (работам, услугам).

Чтобы удержаться на современном рынке, предприятиям необходимо не только постоянно поддерживать выпуск освоенной продукции, но и постоянно искать новые сегменты рынка, необходимо разрабатывать и осваивать новые виды продукции.

«Организация производства на предприятиях отрасли» является по своей сути системообразующей дисциплиной, находящейся во взаимосвязи с ранее изучаемыми дисциплинами и базовой для изучения последующих дисциплин. Это позволяет студентам не только получить новые знания, но и закрепить полученные ранее.

Одним из эффективных методов овладения предметом, как известно, является деловая игра. Главной целью деловой игры в этом случае является разработка студентами проекта организации производства. Основными задачами проведения деловой игры по дисциплине «Организация производства на предприятиях отрасли» являются:

- практическое осмысление знаний, полученных на лекциях по данной дисциплине;
- практическое использование знаний, полученных ранее;
- раскрытие творческих способностей студентов;
- получение навыков работы в команде;
- овладение системными процессными подходами при организационном проектировании;
- овладение навыками анализа, оценки и обоснования принимаемых решений;
- создание творческой атмосферы с элементами соревновательности;
- овладение навыками информационного поиска.

Деловая игра проводится на семинарских (практических) занятиях в течение всего семестра параллельно с чтением лекций. Это позволяет студентам работать над проектом систематически. На каждом занятии выдаются задания, часть которых выполняется в аудитории, а часть - самостоятельно. На каждом последующем занятии со стороны преподавателя осуществляется проверка и оценка выполнения ранее выданного задания, которое, кроме того, может обсуждаться студентами данной группы.

Деловая игра основывается на следующих положениях:

- ставится основная цель – разработка проекта по организации производства для предприятия индустрии туризма;
- предлагается реальное местонахождение участка земли, предназначенное под размещение предприятия, с точностью до населенного пункта;
- дается общая, не слишком подробная характеристика данной местности;
- конкретные данные о самом участке предоставляются студентам в отвлеченном виде (так как участок реально не существует).

Далее студенты действуют самостоятельно. Роль преподавателя сводится к выдаче и проверке заданий, а также к общему руководству деловой игрой.

Каждый студент вносит предложения о том, как может быть использован предлагаемый участок земли. Так как предложения, как правило, совпадают или дополняют друг друга, то в дальнейшем студенты сами разбиваются на группы по 2-3 человека и далее разработка проектов ведется по группам. Многочисленные группы вряд ли целесообразны, так как это не позволяет объективно оценить вклад каждого студента в проект.

Исходное предложение может разрабатываться несколькими группами одновременно, студенты должны построить производственную систему,

определив её цель, элементы, характер взаимосвязей элементов между собой, учитывая законы, принципы и методы организации производства.

Помимо знаний в области организации производства, студентам потребуются знания в области маркетинга, рекламы, менеджмента, туризма, экономической теории, организации труда, защиты интеллектуальной собственности; понимание таких категорий, как пространство, время, количество, качество, цель, целеполагание и других. Деловая игра позволяет заложить основу для дальнейшего изучения других экономических дисциплин.

В процессе деловой игры студенты могут использовать любую доступную информация – не только учебную, но также Интернет, периодические издания, географические карты, рекламные буклеты и другую.

Макаренко Н.Д.

Особенности бизнес-планирования в туризме

Бизнес-план представляет собой программу предпринимательской деятельности по реализации заранее поставленных целей. Бизнес-планирование – это процесс составления бизнес-плана и контроль над его выполнением при условии возможности адаптации к изменяющимся условиям рынка. Бизнес-план основывается на обобщении результатов деятельности компании в прошлом и настоящем и должен содержать ясный план на будущее. Бизнес-план используется для привлечения инвестиций; получения кредита; оценки реальных возможностей развития бизнеса. Бизнес-план включает в себя следующие основные разделы:

1. Титульный лист
2. Резюме
3. Анализ положения дел в отрасли
4. Производственный план

5. План маркетинга
6. Организационный план
7. Финансовый план

При разработке бизнес-плана туристической фирмы необходимо учитывать особенности субъектной и объектной составляющих туристического рынка. Под субъектной составляющей понимаются участники рынка: продавцы и покупатели, а под объектной составляющей – туристические услуги.

Работающие на российском рынке туристические компании-продавцы делятся на две категории: операторы и агенты. Туроператоры производят то, что принято называть туристическим продуктом: выкупают номера в гостиницах, заказывают чартерные рейсы, планируют туры и экскурсионные маршруты, организуют встречи и т.д. Агентства реализуют продукцию операторов, являясь, по сути, розничными продавцами. Причем прибыль они получают не благодаря произвольно устанавливаемой розничной наценке, а за счет получаемых от операторов комиссионных, размер которых составляет примерно 10% от стоимости тура.

Отношения между турагентствами и туроператорскими компаниями строятся на основе договоров поручения, агентских договоров по типу поручения, а также смешанных договоров, включающих в себя элементы договора поручения и возмездного оказания услуг.

В России операторская и агентская деятельность может осуществляться одной компанией — для этого надо всего лишь получить две соответствующие лицензии. В ряде западных стран такое совмещение запрещено законодательно.

Потребителями туристических услуг являются индивидуальные (массовые и VIP) и организованные или корпоративные клиенты (потребители). Потребители отличаются друг от друга возрастом, уровнем образования и доходов.

Туристический продукт - это комплекс услуг, предоставляемых туристско-экскурсионными предприятиями гражданам (туристам).

Туристические продукты можно разделить на три элемента: тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и товары. Тур реализуется клиенту как единое целое - продукт труда туроператора - на определенный маршрут и в конечные сроки. В структурном плане тур составляет туристский пакет и комплекс услуг на маршруте.

Туристский пакет предлагается туроператором и включает обязательные (обычно необходимые и достаточные) услуги на маршруте:

- транспортировку туриста к месту отдыха и обратно;
- трансфер;
- размещение и питание в определенном соотношении;
- обязательная экскурсионная и культурная программа.

В настоящее время в России этот комплекс туруслуг предоставляют:

- специализированные предприятия, предоставляющие услуги по размещению: гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, частные квартиры и дома, туристские базы, дома отдыха, приюты;

- предприятия питания: рестораны, столовые, кафе, бары, фабрики-кухни;

- фирмы, занимающиеся транспортным обслуживанием: автопредприятия, авиационные и железнодорожные предприятия, предприятия морского и речного транспорта,

- туристические фирмы по разработке и реализации туристического продукта: туристические бюро, экскурсионные бюро, туристические агентства, бюро реализации путевок;

- другие фирмы, входящие в состав так называемой индустрии туризма.

Туристическую индустрию в России также формируют косвенно предприятия морского, речного, авиационного, городского и других видов

транспорта, дорожные и городские коммунальные службы, организации связи, торговли, предприятия по производству товаров народного потребления, предприятия культуры и т.д.

Развитие российского турпродукта зависит от множества факторов:

- наличия туристско-рекреационных ресурсов;
- наличия развитой инфраструктуры региона;
- наличия квалифицированных кадров;
- государственной поддержки туризма;
- демографических и социальных факторов;
- факторов риска;
- политических и экономических факторов;
- научно-технического прогресса,
- традиций и др.

При составлении бизнес-планов на занятиях по предмету «Бизнес-планирование в туризме», который читается студентам на последнем курсе обучения на факультете СКС РосНОУ, выяснилось, что основные трудности появляются при расчете финансовых потоков. Для того чтобы логика планирования финансовых потоков была как можно более понятной, студентам предлагалось заполнить таблицу, которая имеет следующий вид:

Направления и величина потока (ден.ед.)/период	Период 1	Период 2	Период 3	...	Период n
1. Поступления: - взносы в уставный фонд; - кредит; - доходы Итого:					
2. Расходы и затраты: - инвестиционные затраты; - текущие расходы; - текущие затраты; - погашение кредита					
3. Результаты хозяйственной деятельности: - прибыль (доход); - налог на прибыль (доход);					

- чистая прибыль;					
- чистая прибыль					
накопленным итогом;					
- деньги на счете					

Макарова Т.А.

Состояние и перспективы образовательного туризма в Астрахани

Популярность образовательных туров в настоящее время достаточно высока. Выбор той или иной программы определяется несколькими факторами, которые и лежат в основе мотивации туристов:

- желание достичь необходимого уровня лингвистических или специализированных знаний на определенном этапе обучения в соответствующей языковой среде;
- престижность языковых центров или образовательных учреждений, а также перспективы после их окончания выгодного трудоустройства как в своей стране, так и за рубежом;
- потребность в развлечениях, знакомстве с историей, культурой, традициями коренного населения, возможность занятий спортом;
- привлекательность и известность места дестинации.

Традиция образовательных путешествий в России зародилась еще в петровские времена. В XIX веке они стали обычны для выпускников элитных государственных и частных образовательных заведений, которые отправлялись за границу, чтобы дополнить свое образование личным знакомством с историей и современным состоянием других культур.

В современной России позволить себе длительную учебу за границей могут не все, но многие желают организовать обучение во всемирно известных учебных центрах. Образовательные операторы отмечают стабильный спрос на языковые программы в Великобритании, Германии, Франции, Швейцарии. К ведущим мировым центрам относятся также Мальта, Ирландия, Испания, США, Австралия, Новая Зеландия, Канада.

Среди новых интересных предложений – языковые школы на Кипре, в Вене, в скандинавских странах. Сейчас на российском рынке работает более 200 фирм, отправляющих на учебу за границу, большинство их находится в Москве. Появились специализированные образовательные агентства и в российских регионах - в Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Кургане, Вологде, в Сибири, их стало больше и в Петербурге.

Выделяют три направления (три рынка) обучающего туризма, которые в последнее время часто интегрируются в единый турпакет:

- 1) профессиональное обучение;
- 2) спортивно-обучающие туры;
- 3) языково-обучающие туры.

В основе комплексного пакета, как правило, лежит языково-обучающая программа, дополняемая либо профессионально-специализированными, либо спортивно-образовательными мероприятиями.

Главная особенность подготовки образовательного тура — исключительно индивидуальный подход: школы и учебные программы подбираются для каждого человека с учетом его языковой, спортивной подготовки, образования, возраста. Характерная черта сектора образовательного туризма – большой процент повторных клиентов, так как родители заинтересованы в постоянном изменении программы тура, соотносимой с возрастом ребенка.

В то же время если выездной образовательный туризм находится на подъеме, то внутри страны аналогичные программы развиты слабо. Для российских потребителей такие программы реализуются, как правило, в виде чисто образовательных на базе университетов, колледжей, факультетов повышения квалификации. Для иностранных граждан типичны подготовительные курсы русского языка, позволяющие им получить базовое образование в российских вузах. С другой стороны, образовательные туры, позволяющие не только получить необходимые знания, но и удовлетворить

культурное любопытство, познакомиться с историей, обычаями другой страны, имеют потенциальных потребителей как среди студенчества, так и людей, чьи деловые и научные интересы связаны с Россией.

Для Астраханской области перспективность развития образовательного туризма определяется своеобразием ее геополитического положения и активизацией международной деятельности. Область граничит не только с Казахстаном, но через Каспийское море и с Азербайджанской Республикой, Исламской Республикой Иран, Туркменистаном, через ее территорию проходят важнейшие международные транспортные коридоры. У Астраханской области сложились стабильные и активные контакты со всеми соседними странами и регионами, подписано более 50 соглашений и протоколов, затрагивающих различные аспекты торгово-экономического, научно-технического и культурного сотрудничества, предусматривается и развитие взаимных туристских обменов.

Большую роль в развитии международных связей региона играет Астраханский государственный технический университет, заслуги которого в подготовке иностранных специалистов, известность в различных организациях иностранных государств позволили ему стать инициатором учреждения в 1996 году Ассоциации университетов Прикаспийских государств, а позднее создать при ней Каспийский распределенный университет.

В настоящее время университет сотрудничает в разных областях с организациями Китая и Кореи, с учебными заведениями США, Испании, Финляндии, Франции, Великобритании, Румынии, Болгарии, Египта, Ирана, Бенина, Казахстана, Калмыкии, Дагестана, Азербайджана. Так, между АГТУ и Гилянским университетом с 2002 года проводится регулярный обмен студентами, проходящими языковые стажировки.

Астраханский технический университет не только один из крупнейших, но и один из престижных университетов юга России, имеющий

более чем 70-летнюю историю. Изменения в университете всегда отвечали потребностям региона, страны в целом, способствовали обеспечению промышленности высококвалифицированными специалистами, способными руководить производством. Вуз имеет определенные приоритеты, своеобразные ноу-хау с точки зрения как образовательных технологий, так и теоретических знаний и практических навыков. В связи с этим перспективными являются профессиональные программы по наиболее востребованным направлениям, по которым университет входит в число ведущих образовательных учреждений России (экологический туризм, судостроение и судоремонт, энергетика, аквакультура, химическая технология и т.д.) и имеет опыт организации как научных семинаров и конференций, так и образовательных программ различного объема и назначения. Это позволяет смело заявить о возможности организации образовательных туров для узких специалистов, желающих повысить свою квалификацию, совместить получение новых знаний с отдыхом, развлечением, знакомством с культурой и природой Астраханской области. В других странах этот сегмент образовательного туризма охватывает как повышение квалификации сотрудниками предприятий, так и предвузовскую подготовку лиц в возрасте от 15 лет, ориентирующихся на выбор перспективных специальностей, востребованных сегодня на мировом рынке труда.

Великолепная спортивная база университета (спорткомплекс с плавательными бассейнами, залами для занятия баскетболом, теннисом, акробатикой, стадион, футбольное поле) и профессиональный тренерский состав позволяют организовывать спортивно-обучающие туры. О квалификации преподавателей свидетельствует открытие в вузе специальности по подготовки профессиональных тренеров, наличие среди студентов чемпионов Европы, мира, Олимпийских игр по различным видам спорта.

Этот сегмент образовательного туризма имеет спрос у туристов в возрастном диапазоне от 12 до 18 лет. При организации туров со спортивным уклоном первая половина дня будет отводиться на обучение, а после обеда – на экскурсионно-познавательные мероприятия и свободное время. Есть широкие возможности для предоставления туристам-спортсменам дополнительных услуг: бассейн, сауна, массаж, солярий, прокат спортивного инвентаря и снаряжения и пр.

Но все-таки наиболее востребованной программой может стать языково-обучающая программа по русскому языку для иностранных граждан. Подготовительный факультет университета имеет больше чем 30-летний опыт по обучению русскому языку как иностранному и является одним из 19 вузов России, имеющих право на довузовскую подготовку иностранных граждан. Его выпускники в дальнейшем продолжают обучение как в АГТУ, так и в других учебных заведениях России.

Языковые программы обладают высокой степенью вариативности: их диапазон охватывает клиентов с 5-летнего возраста до достаточно зрелых предпринимателей, интересующихся разговорным и бизнес-языком. Основными потребителями на мировом рынке остаются преимущественно школьники 10-17 лет, а также студенты. Взрослые составляют 10% всего потока туристов. В последнее время российскими и зарубежными туроператорами в этом сегменте отмечены следующие тенденции:

- повышение спроса на программы с углубленным изучением языка, насыщенные экскурсионно-познавательными элементами;
- «взросление» клиентуры;
- снижение доли интенсив-курсов в общем объеме программ;
- повышение спроса на более долгие и качественные, основательно проработанные языковые специализированные программы.

Опыт нашего университета показывает, что интенсивный курс позволяет научить разговорному русскому за 2-3 недели, в то время как для

подготовки и поступлению в вуз, безусловно, нужен более продолжительный срок. Разработаны специализированные программы, например, русский язык для юристов, русский язык для дипломатов, бизнес-курс и т.д. Именно такие программы периодически реализуются для приезжающих работать в Астрахань иностранных специалистов и бизнесменов.

Предлагаются различные варианты языково-образовательных туров: индивидуальные или групповые с небольшим числом слушателей (3-5 человек) с достаточно высоким уровнем обслуживания, включающим проживание в гостиницах Астрахани, ежедневным трансфером до университета, сопровождающим питанием в кафе или ресторанах и т.д. Для молодежи и студенчества можно предложить более демократичное размещение в общежитии вуза. Групповые туры в летние каникулы организовываются с проживанием за пределами Астрахани, в городе Камызяк, где существует лицей-интернат университета, пустующий в летнее время и располагающий как спальным корпусом со всеми удобствами, так и учебными кабинетами.

Специально созданные в университете структуры (научно-производственный центр «Экотур», Сервисный центр) имеют опыт работы по приему больших групп туристов и делегаций. Их деятельность связана с организацией студенческого образовательного туризма, бизнес-туризма, экологических программ, экскурсий, комплексным обслуживанием делегаций и гостей университета. При научно-исследовательской лаборатории «Историческое краеведение и археология» работает группа молодых экскурсоводов, в багаже которой целый комплекс историко-краеведческих, археологических, экологических экскурсий. Первым опытом на рынке образовательного туризма стала совместная с Каспийским распределенным университетом Ассоциации университетов Прикаспийских государств программа тура в Астрахань для студентов Ирана и Казахстана,

образовательная часть которого формируется индивидуально по заявке отправляющей стороны.

Максимов В.П.

Самостоятельная подготовка студентов специализации

«Менеджмент гостиничных и туристических предприятий»

Практическая подготовка студентов является сложным и многогранным процессом, в структуре которого можно выделить следующие компоненты: содержательный, мотивационный, организаторский, деятельностный, когнитивный и гностический. Наибольший вклад, по нашему мнению, имеет деятельностный компонент, который создает условия для практического обучения студентов основам бизнеса и предпринимательства.

Одним из направлений осуществления деятельностного подхода к обучению является самостоятельная работа студентов. В исследовании нами было использовано понятие самостоятельной работы как познавательной деятельности, в процессе которой студент активно воспринимает, осмысливает, углубляет, расширяет полученную информацию и создает новую, решает практические задачи на основе связи теории и практики, овладевает профессионально необходимыми умениями и навыками.

Наиболее сложным процессом организации самостоятельной работы студентов в педагогической системе является управление. Рассматривая самостоятельную работу студентов как процесс не только саморегулируемый, но и управляемый, можно выделить управляющие функции преподавателей, ответственных за организацию такой работы: определение общей цели самостоятельной работы, доведение ее до сознания студентов; выделение цели отдельного этапа самостоятельной работы, сочетание этих целей с общей целью; обоснование выбора рационального

сочетания самостоятельной работы с другими формами организации обучения.

Анализ самостоятельной работы студентов Сахалинского государственного университета специализации «Менеджмент гостиничных и туристических предприятий» показал, что самостоятельная работа студентов проходит следующие этапы: определение цели и задач самостоятельной работы; планирование самостоятельной работы в рамках отдельных дисциплин и специальности в целом; управление самостоятельной работой; учет и контроль.

Этап управления включает следующие компоненты: определение содержания выполняемых работ; составление графика работ; инструктаж; дидактическое сопровождение самостоятельной работы учебной литературой, пособиями, техническими средствами; консультирование.

С этой целью была разработана система организационных и методических мероприятий.

1. Предметное определение самостоятельной работы студентов, которая включает:

- самостоятельную работу с задачником и учебником по прикладной экономике (выполнение тестов, решение задач, кроссвордов, анализ экономических ситуаций, построение графиков);

- выполнение практических работ по курсу «Туристические ресурсы Сахалинской области» (работа с учебником, написание рефератов по отраслям экономики Сахалина, работа с Интернет-ресурсами и т.д.)

- освоение содержания лекционных и семинарских занятий (курсы «Предпринимательство в сфере туризма и гостеприимства» и «Экономика предприятий туризма»);

- обзор источников - периодических изданий Сахалинской области (газета «Губернские ведомости», журналы «Технология дела», «Ваш выбор» и т.д.).

2. Разработка методики организации самостоятельной работы студентов (компьютерное моделирование предпринимательской деятельности, самостоятельная работа с учебными материалами, составление бизнес-планов, подготовка к зачетам и экзаменам, работа в Интернете, тестирование);

3. Выбор наглядных пособий и технических средств, применяемых в самостоятельной работе;

4. Разработка системы учета знаний и умений студентов, выбор форм учета и анализ результатов.

5. Разработка оптимального учебного графика самостоятельной работы и расписания.

Использование системы организационных и методических мероприятий, обеспечивающих самостоятельную работу студентов, и обязательная ее организация на первых двух курсах под руководством опытных преподавателей дает положительный эффект, действенность которого сказывается на старших курсах.

Проблема социализации молодого поколения России сегодня стоит как никогда остро. Предложенная модель организации самостоятельной работы позволяет, используя партнерские отношения студентов, преподавателя и представителей реальной экономики, решать задачи качественного образования и формирования профессиональной компетентности.

Медников А.В., Плотникова Н.И.

**Глобальные дистрибутивные системы как объект изучения
в Российской международной академии туризма**

Основным критерием качества современного вуза является соответствие уровня подготовки его выпускников требованиям той профессиональной среды, где они будут работать. Рыночная система повышает уровень профессиональных требований к специалистам, это

требует от высшей школы согласования содержания учебного процесса с практически важными для отрасли знаниями и навыками, которыми должны владеть выпускники. С этой целью в Российской международной академии туризма (РМАТ) уже несколько лет студентам всех факультетов на втором курсе читается дисциплина «Информатика – компьютерные системы бронирования» (объем лекций и практических занятий - 51 час).

Для методического обеспечения этой дисциплины сотрудниками факультета прикладной информатики создан учебный сайт, опубликованный в локальной сети академии. Теоретические сведения, термины, определения, используемые в пассажирских авиаперевозках, творчески заимствованы из учебных пособий компаний Гиперсофт, Galileo, Amadeus, т.е. текст частично переработан, добавлены фотографии, схемы, рисунки. Практическая работа с системами включает и работу с компьютерными тренажерами глобальной дистрибутивной системы Galileo – Focalpoint и Viewpoint. Преимущества этих тренажеров в том, что они не требуют подключения к Интернету и легко инсталлируются на учебные компьютеры. Основными проблемами при внедрении в учебный процесс этих тренажеров для преподавателей факультета были недостаточное знание авиаперевозок и недостаточное владение английским языком в этой сфере бизнеса. Но с этими проблемами мы справились во многом благодаря поддержке сотрудников представительства Галилео в Москве и учебного центра Гиперсофт. Это был очень полезный и приятный период общения.

Также студенты нашей академии знакомятся с ГРС AMADEUS, пользуясь ее реальной рабочей версией, любезно предоставленной нам представительством Амадеус в Москве. Сама система и помощь профессионалов из представительства Амадеус позволяют узнать основные процедуры бронирования авиаперевозок, номеров в отелях, проката автомобилей и т.п. всем студентам РМАТ.

Для углубленного изучения системы AMADEUS на факультете организован факультатив по курсу AMADEUS JUMP IN. Обучение ведется на компьютерах, подключенных к системе AMADEUS. Обучение по фирменным учебникам и технологиям ведет преподаватель PMAT, имеющий тренерский сертификат AMADEUS. По окончании обучения слушатели сдают тест в Московском представительстве AMADEUS, успешно сдавшим выдаются фирменные сертификаты.

Рассказываем мы и о некоторых российских системах бронирования - AVANTIX, MATISSE, СИРЕНА, Экспресс, Алеан и др. Для обучения используются электронные презентации этих систем и работа в тестовом режиме с реальными системами.

В заключение хотелось бы пригласить все заинтересованные организации к взаимовыгодному сотрудничеству с факультетом прикладной информатики в области изучения систем бронирования. Обучение в стенах PMAT можно пройти по курсам «Мастер-тур» и «Само-тур» с получением сертификатов фирм-разработчиков этих программных продуктов. В обучении и итоговом тестировании принимают участие представители фирм Само-софт и Мегатек.

Никитина О.А.

Трудовые ресурсы как важная составляющая в реализации региональных программ развития туризма

Трудовые ресурсы занимают особое место в индустрии гостеприимства, так как от других отраслей экономики туризм отличается прежде всего множеством видов трудовой деятельности и, сообразно этому, профессий, специальностей: от туроператоров, формирующих комплексную туристическую услугу, и ее продавцов-турагентов - до гидов-переводчиков, экскурсоводов, логистов, работников службы приема, портье и горничных, официантов, поваров и метрдотелей в системе ресторанного и гостиничного

сервиса. К каждой из этих категорий работающих отрасль предъявляет все возрастающие требования - как к знаниям, так и к умению, ибо система туристического сервиса стремительно развивается и требует адекватного этому процессу уровня качества подготовки трудовых ресурсов.

Туризм является относительно новой социоэкономической деятельностью, которая включает в себе огромное разнообразие экономических факторов, действующих лиц и академических дисциплин. Существует множество определений туризма, каждое из которых несет ответственность за определенные сферы и подчеркивает различные аспекты этой деятельности. Тщательное изучение мирового гостиничного сервиса, рекреационных функций курортных местностей, социально-культурного мира туризма, показало, что туризм представляет собой систему, в которой огромное количество специализаций. Именно новые специализации, учитывающие перспективы стремительного развития отрасли туризма и являются достоинством и результатом гибкости туристического образования. Все перечисленные процессы прямым образом влияют на процесс профессиональной подготовки специалистов в области туризма.

Образование в туризме представляет собой стремительно развивающуюся науку, междисциплинарную область, в которой сходятся гуманитарные, социальные, географические, экономические и другие науки. Огромным стимулом для образования в туризме является возможность создания гибкой и разнообразной образовательной системы. Сегодня востребован совершенно новый специалист сферы туризма, который мог бы выдержать значительную конкуренцию на рынке труда. Современная модель специалиста сферы туризма включает в себя: психологические и психомоторные компоненты; теоретические междисциплинарные знания по предметам туристического содержания и способность их применения на практике; профессиональные умения и навыки; владение современными компьютерными технологиями; знание нескольких иностранных языков.

Поэтому получение фрагментарных знаний недопустимо, необходимо сформировать перспективную отраслевую систему образования, включающую интердисциплинарные знания, связанные между собой единым образовательным стандартом.

Позитивные изменения на туристическом российском пространстве (по данным ВТО, по итогам 1999 года Россия заняла девятое место в списке самых посещаемых туристами стран мира) привели к увеличению потребности в профессионалах данного сектора. Этот феномен привел к созданию университетов, институтов, колледжей, предприятий, международных структур, объединенных целью разработки и обеспечения образовательных курсов специальностей и специализаций в различных сферах туризма. Цельное образование порой превращается в курсы специализаций или краткосрочные программы подготовки. На современном этапе развития индустрии туризма насчитывается более сотни туристических квалификаций в национальных системах разных стран. В российском образовании также назрела необходимость в полипрофильной подготовке кадров для туристической индустрии, однако в общероссийском классификаторе Минтруда нет многих туристических специальностей.

Как перспективный элемент в повышении качества отраслевого туристического образования, в современных исследованиях анализируется возможность стандартного экзамена по всему миру, то есть квалификационный туристический тест по способностям, цель которого - сертифицировать способность студентов к деятельности в сфере туризма, чтобы продолжить обучение в других вузах, получить новые квалификации и занять новое положение в туристических фирмах и организациях, а также совершенствование знаний и умений.

В связи с растущей транснационализацией, глобализацией туристического бизнеса, преобладанием мультинациональной организации, в сфере туризма происходит формирование международных команд в

организации индустрии туризма (например, на российском туристическом рынке сейчас быстро развиваются зарубежные гостиничные цепи). Поэтому подготовка конкурентоспособного специалиста для сферы туризма в значительной мере состоит из формирования профессиональной компетенции, базирующейся на профессиональных навыках и практическом опыте работы в зарубежных компаниях.

Огромное место в качественном туристическом образовании во всех странах отводится практике. Профессиональная практика является обязательным компонентом качественного образования в данной профессии. Вообще вопрос практической подготовки студентов для будущей работы в туризме является, наверное, важнейшей проблемой для России. В России организация профессиональной стажировки вызывает огромные трудности, так как значительное количество гостиниц – это предприятия старой формации. Приведем данные об опыте нашего вуза по организации зарубежных практик и стажировок для студентов факультета экономики и управления туризмом и гостиничным хозяйством. Место практики, как правило, определяется потребностями отрасли на региональном и федеральном уровнях и возможностями учебного заведения. Возможность студентов пройти практику или стажировку в другой стране является составной частью интернационализации обучения. Места для практик и стажировок, выделяемые нашими зарубежными партнерами, соответствуют следующим специализациям, реализуемым в филиале в рамках специальности «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства»: 1) управление отелем; 2) управление туристической фирмой; 3) управление предприятием общественного питания; 4) управление санаторно-курортным комплексом.

Для повышения качества профессиональной подготовки и прикладной направленности обучения специалистов отрасли туризма и гостиничного сервиса в филиале создан Центр дополнительной профессиональной

подготовки, где студенты обучаются по программам подготовки барменов, официантов, экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов по спортивному туризму, аниматоров шоу-программ и другим.

За период с 2000 по 2005 г. профессиональную зарубежную практику и стажировку в международных гостиничных холдингах прошли 603 студента. В ходе прохождения зарубежной практики на каждого студента-стажера руководителем департамента гостиничного холдинга составляется персональная характеристика. Оценка качества прохождения зарубежной практики и стажировки проводится по основным позициям, которые оценивают зарубежные партнеры в студентах-стажерах: знание работы департамента; знание иностранного языка; уровень обучаемости; способность к улучшению профессиональных навыков; надежность и чувство ответственности; коммуникабельность и сотрудничество; отношения с начальством; использование инициативы; знание второго иностранного языка.

В международной практике приняты следующие персональные характеристики: отличные, стандартные, удовлетворительные и отрицательные. Наивысшая оценка профессиональных навыков стажеров подтверждается выдачей именного международного сертификата, который имеет значение, равное рекомендательному письму от работодателя, и высоко ценится на международном рынке труда в сфере гостиничного менеджмента. За период с 2000 по 2005 г. студентами-стажерами филиала СПбГИЭУ в г. Чебоксары были получены 463 стандартные и отличные персональные профессиональные характеристики и 52 международных сертификата.

Социологический анализ оценок зарубежной стажировки у выпускников филиала по специальности «Экономика и управление на предприятии туризма и гостиничного хозяйства» в соотношении с их должностным статусом выявил ряд важных аспектов организации,

содержания и значения зарубежной стажировки. Всего в опросе приняли участие 102 выпускника 2004 года, выезжавшие в течение учебы на зарубежные стажировки. Анализ их оценок выявил, что наличие в резюме данных о зарубежной стажировке оказывает наиболее благоприятное отношение работодателей при приеме на работу выпускников, а в 35% случаев этот факт был решающим. Также более 2/3 (87%) опрошенных выпускников на вопрос, что стажировка дала им самим, ответили, что стажировка обогатила их информацией и практическими навыками; более половины опрошенных (67,9%) признались, что стажировка дала стимул для перестройки своих целей на будущее и желание карьерного роста в профессии. Среди приобретений по итогам зарубежных стажировок выпускники отметили повышение уровня владения иностранным языком (66%); почти каждый третий (31,2%) отметил приобретение опыта работы в зарубежной компании.

Комплексный анализ туристско-рекреационного потенциала республики, проводимый в 2003-2004 гг. специалистами филиала совместно с экспертами Европейской Комиссии, позволил оценить туристические и рекреационные возможности республики и позиционировать республику Чувашия как перспективный туристический регион России. В настоящее время в Чувашской Республике реализуется Республиканская целевая программа развития туризма на 2005-2010 годы. На районном и муниципальном уровнях разработаны и утверждены следующие целевые программы: Программа развития туризма в г. Чебоксары на 2005-2010 годы»; Программа «Развитие туризма в Чебоксарском районе на 2006-2010 гг.»; Программа «Развитие туризма в Ядринском районе Чувашской Республики на 2005-2010 годы»; разработан «Туристический паспорт Чувашской Республики»; разработана «Карта-схема распространения народных художественных промыслов в Чувашской Республике» и другие. В республике завершается формирование базового пакета инвестиционных

проектов в области развития туристической инфраструктуры, что потребует приблизительно \$ 22 млн. (по оценке Еврокомиссии). В стратегическом планировании развития туризма, наряду с туристическими и финансовыми ресурсами, должно быть уделено огромное внимание и трудовым ресурсам. Поэтому подготовка высокопрофессиональных кадров по всем направлениям туризма является одной из первоочередных задач в реализации Республиканской целевой программы развития туризма в Чувашской Республике на 2005-2010 годы. Комплекс рассмотренных в статье вопросов получит дальнейшее развитие в плане подготовки специалистов для туристической отрасли региона.

Плотникова Н.И.

Мы можем столько, сколько знаем

XXI век характеризуют следующие процессы: перенасыщение рынков товаров и услуг, обострение конкурентной борьбы; господство рыночных механизмов, которые определяют почти все, отделяя эффективное от неэффективного, лучшее от всего остального. Основа компаний XXI века - знания и информация (раньше - материальные ресурсы), эти компании в своей работе делают акцент

на скорости (раньше - на масштабах);

на персонализации продукции (раньше - массовое производство);

на самообслуживании клиентов (раньше были необходимы торговые посредники);

на приоритете взаимоотношений (раньше приоритет сделок).

Власть постепенно переходит от владельцев финансового капитала к владельцам капитала интеллектуального. Традиционно объект собственности - вещи, капитал. Если у вас в собственности машина, то чем больше вы ее используете, тем больше она изнашивается, тем меньше ее стоимость. Сегодня, *при переходе к экономике Знания, типичная ситуация*

будет совершенно другой. Чем больше используется знание, тем оно ценнее.

Материальные активы составляют сегодня не такую значительную долю в общей биржевой стоимости крупных компаний, как раньше. Например, доля материальных активов в стоимости компаний составляет для IBM – 17 % , для Бритиш Петролеум – 29 %.

Доля нематериальных ресурсов и их значимость в турбизнесе еще выше, ведь важная особенность туристической индустрии - широкое участие людей в производственном процессе - значит, кадры и личность в туризме особенно ценны, в особенности кадры среднего функционального звена. И эти кадры нужно готовить. Готовить с умом и с учетом требований времени. *«Одна из задач туризма XXI века - переход на новые технологии работ - информационные и технологии онлайн-бронирования, связанные с применением Интернет».*

Новые времена требуют новых знаний и навыков. Турфирмы, стремящиеся не просто выжить, а процветать, стремятся сосредоточить внимание на трех основных аспектах своей деятельности:

- 1. автоматизации;*
- 2. знаниях и непрерывном обучении;*
- 3. навыках продаж.*

При решении всех трех задач ставится одна цель - полное удовлетворение клиента. Именно клиент или потребитель товаров или услуг любой компании, будь то турфирма или высшее учебное заведение, сегодня в центре внимания, ради него работаем мы все. *«Потребитель должен получить то, что он хочет, когда он этого хочет, и в той форме, в какой он этого хочет. Компания должна не только удовлетворить желания Потребителя. Это самое малое из того, что она должна сделать. Компания должна стремиться к тому, чтобы заставить Потребителя восторгаться, предоставляя ему даже больше того, что он мог ожидать...*

Но если ваш Потребитель не в восторге, значит, вы еще не начали достигать качества» (Деминг).

Репутация турфирмы, качество турпродукта во многом зависит от знаний и умений турменеджера и, прежде всего, от его умения работать с информацией – собирать ее, осмысливать (обрабатывать), делиться ею (передавать). Сегодня это невозможно без использования компьютера и Интернета, то есть без информационных технологий: сначала - умение работать с информацией, а уж потом - толковый турагент, улыбчивый гид или расторопный портье.

Только в Москве работает более 130 учебных заведений (академии, университеты, институты, учебные центры, тренинговые и консалтинговые компании, турфирмы), занимающихся в той или иной степени подготовкой кадров в области туризма. Что же выделяет РМАТ и ее факультет прикладной информатики среди аналогичных на рынке образовательных услуг Москвы и России?

- понимание роли информационных технологий в современном турбизнесе, ставка на их изучение и использование в течение всех пяти лет обучения у студентов дневного отделения;

- использование лучших образцов программного обеспечения (GPS – Галилео, Амадеус, Сейбр, российских - Сирена, Экспресс, интернет-систем – Алеан, Авантикс, Матисс, систем гостиничных брокеров, программных продуктов компаний- членов АСТТ, PMS Micros-Fidelio и др.);

- компетентность преподавателей - глубокое знание предметной области (рассказать о комплексной автоматизации турбизнеса невозможно, не зная самого турбизнеса);

- тесное сотрудничество с представителями реального бизнеса - не только с разработчиками программного обеспечения, но с турфирмами и гостиницами.

И здесь нельзя не сказать слов признательности и благодарности нашим партнерам – сотрудникам представительств Галилео и Амадеус в России, директору и сотрудникам турфирмы «Дельфин», гостиницы «Катерина», компании HRS, учебного центра ДАВС. Такая дружеская поддержка помогает нам лучше понимать сам турбизнес, отслеживать и успешно внедрять в учебный процесс новые версии и новые программные продукты. Например, объявил Аэрофлот о переходе на Сейбр и благодаря сотрудникам учебного центра ДАВС на факультете уже внедрены несколько тем из ГРС Сейбр. Отдельное спасибо и нашим друзьям – сотрудникам фирм, входящим в Ассоциацию содействия туристическим технологиям. Шесть лет мы вместе с ними стараемся пропагандировать роль информационных технологий в туризме, учить наших студентов и слушателей на лучших образцах российских программных продуктов – программах компаний Алеан, Аримсофт, Мегатек, Само-софт, Туры.ру, UTS. Благодаря умным и дружелюбным сотрудникам этих компаний мы в курсе всех событий, происходящих на фронте внедрения информационных технологий в туристическом бизнесе.

Прогноз WTTC (Международный совет по туризму) для России: Россия – динамичный генератор новых рабочих мест в туристической индустрии – занимает 7-е место в мире. Россия обгонит «тяжеловесов» туррынка – Германию, Испанию и Францию – и сохранит темпы роста в этой категории даже через 10 лет, оставит далеко позади США с 17% и обгонит среднемировые показатели (22%), увеличив число работников туррынка почти на 1,5 млн.

Формирование специалиста туриндустрии

на основе интегрированного подхода к содержанию обучения

Анализ современного состояния рынка туристических товаров и услуг, вклада туризма в мировую и национальную экономику выявил ряд сдерживающих факторов его развития, один из них – недостаток профессионально подготовленных кадров. Для качественных перемен в системе туристического образования необходимо объединение усилий туризма как отрасли и туристического образования как системы подготовки профильных кадров.

Традиционная подготовка кадров для туристической деятельности, ориентированная на формирование знаний, умений и навыков в предметной области, все больше отстает от современных требований. Основой образования должны стать не столько учебные дисциплины, сколько способы мышления и деятельности. Различия между традиционной и инновационной системой образования заключаются, прежде всего, в целевой установке, которая реализуется посредством принципиально разных образовательных технологий.

Традиционная дискретно-дисциплинарная модель реализации содержания обучения на протяжении продолжительного периода обеспечивала подготовку поколений высококвалифицированных специалистов, соответствовавших требованиям своего времени, однако новые общественно-экономические отношения, а также изменение требований к современному специалисту обуславливают необходимость ее коррекции. Анализ зарубежного опыта подготовки специалистов в сфере туризма, работающих в условиях стран с устоявшейся рыночной экономикой, позволил определить свойственные им особенности туристического образования:

- подготовка кадров осуществляется крупными туристическими и

гостиничными комплексами, имеющими свои замкнутые учебные центры (финансирование на 60-80% осуществляется за счет предприятий, входящих в комплексы);

- будущий специалист проходит все уровни профессиональной подготовки: ученик (стажер) - студент - бакалавр - магистр - специалист, повышающий свою профессиональную квалификацию;

- практика является составляющей частью учебного процесса, при этом количество теоретических и практических занятий примерно одинаково;

- обучение будущего специалиста начинается в случае установления потребности в нем конкретного предприятия;

- учебный план подготовки специалиста составляется с учетом потребностей предприятия-заказчика и учебного заведения, способного обеспечить выполнение этого учебного плана.

Повышение качества подготовки специалистов с высшим образованием для туристического комплекса России напрямую связано, с одной стороны, с развитием непрерывной цепочки подготовки кадров и, с другой стороны, с созданием новых образовательных стандартов, более соответствующих требованиям сегодняшнего дня и долгосрочным тенденциям развития отрасли. Можно сформировать и совершенствовать концепцию подготовки специалистов для туристической сферы, следуя ряду принципов:

- принцип универсализма (обеспечение подготовки специалиста, способного работать в различных структурах туристической отрасли);

- принцип обоснованной цикличности различных частей учебно-воспитательного процесса (обозначение строгой последовательности, четких междисциплинарных связей учебных дисциплин);

- принцип практического закрепления знаний (формирование системы профессионального образования, где получение теоретических

знаний в значительной мере сочетается с практическим профессиональным обучением и приобретением практических навыков);

- принцип обязательного довузовского этапа подготовки будущих специалистов туризма (создание специализированных туристических классов в средних школах и развитие системы среднего профессионального обучения);

- принцип формирования студенческого контингента (создание системы, отражающей не только общеобразовательный уровень абитуриентов, но и современно-перспективную модель деятельности менеджера туризма с учетом отечественного и зарубежного опыта).

Особого внимания заслуживает принцип практического закрепления знаний, согласно которому получение теоретических знаний сочетается с профессиональным обучением и приобретением практических навыков.

Сравнительный анализ различных практических форм подготовки будущих специалистов в сфере туризма выявил, что наиболее эффективными являются следующие формы практических занятий:

- внеаудиторные формы занятий (дидактические игры, обслуживание туристических семинаров, выставок, ярмарок, работа по сопровождению иностранных туристов, работа студентов в туристических структурах по временным контрактам);

- учебно-исследовательская работа студентов (исследование определенных проблем и подготовка докладов для студенческих научных конференций, написание рефератов, курсовых и дипломных работ);

- отдельные виды практики (практические занятия по специальным дисциплинам, туристско-экскурсионная полевая практика, практика бизнеса и менеджмента в туристической структуре, преддипломная практика в туристической фирме);

- педагогический контроль результатов обучения (семинарские занятия, зачеты, текущие и государственные экзамены).

Другим важным аспектом являются культурологические и гуманитарные знания и умения специалиста по туризму, способствующие его адаптации не только к восприятию и систематизации информации, но и к выработке на основе обработанных данных правильного решения. Это положение отвечает всем требованиям концепции образовательных технологий в сфере туризма, подразумевающей под профессиональным туристическим образованием «педагогически адаптированную систему универсальных способов познания и гуманистических технологий профессиональной туристической деятельности».

Создание интегрированных дидактических систем является перспективным направлением внедрения личностно-развивающего обучения в систему высшего образования. Построение процесса обучения на интегративной основе направлено на формирование у студентов целостной картины мира, на создание условий для целостного развития личности.

Учебный процесс в высшем учебном заведении должен основываться на современных концепциях гуманизации и личностной ориентации. Интеграция гуманитарной, профессиональной составляющих содержания относится к уровню концептуальной интеграции. В связи с этим перспективным является использование межпредметной интеграции в учебном процессе. Основным принцип межпредметной интеграции заключается в том, что элементы знаний специальных дисциплин должны конструироваться из элементов знаний гуманитарных дисциплин путем их укрупнения. При таком подходе к организации учебно-познавательной деятельности обеспечивается непрерывность и преемственность в изучении дисциплин, отсутствие дублирования материала.

Интегрированный подход к освоению специальных дисциплин реализует принцип связи теории с практикой, актуализируя знания в профессиональной деятельности. Кроме того, он значительно повышает уровень мотивации при изучении вспомогательных дисциплин и позволяет

определить принципы отбора содержания, на основе которых возможно осуществить построение процесса обучения в туристическом вузе.

Мы определяем следующие принципы отбора содержания обучения на интегративной основе в туристическом вузе: тематический, исторический, географический, лингвокультурологический, терминологический.

При этом внутрипредметная интеграция направлена, прежде всего, на «спрессовывание» материала в крупные блоки, что приводит к изменению структуры учебного дня. Сближение блоков во времени в свою очередь может привести к такой форме организации учебного процесса, как учебная неделя. Межпредметная же интеграция в состоянии существенно обогатить внутрипредметную интеграцию (краеведческий день на иностранном языке). Внутрипредметная интеграция методов, форм и средств обучения позволяет организовать на новом уровне все виды занятий посредством

- широкого использования коллективных форм познавательной деятельности (парная и групповая работа, ролевые и деловые игры) с учетом личностных характеристик при разработке индивидуальных заданий и выборе форм общения;

- применения различных форм и элементов интерактивного, проблемного обучения;

- применения современных аудиовизуальных средств, ТСО, информационных средств обучения;

- совершенствования содержания профессиональной подготовки.

Внедрение интеграции в учебный процесс вуза способствует возможности получения следующих результатов:

1. Новые предметы (курсы) (интегрированные курсы краеведения, объединяющие разрозненные исторический, географический, культурологический и иные аспекты).

2. Новые спецкурсы (обновляющие содержание внутри одного или нескольких смежных предметов).

3. Циклы (блоки) занятий (объединяющие материал одного или ряда предметов с сохранением их независимого существования).

4. Разовые интегрированные занятия разного уровня и характера (межпредметные конференции, бинарные уроки).

Таким образом, интегрированный подход к содержанию обучения в туристическом вузе стимулирует использование профессионально ориентированных педагогических технологий, способствующих созданию у будущих специалистов целостного образа мира и целостного образа профессии.

Правдина Л.Р.

Активный туризм: феноменологизация и проблематика обучения

Активный туризм – отрасль туризма, связанная с активным передвижением человека и организацией быта преимущественно в природных условиях. Современное состояние активного туризма в России характеризует его как отрасль, динамично развивающуюся, ориентированную на людей среднего и выше среднего достатка. Потенциал ее развития неисчерпаем благодаря тому, что она предоставляет возможность удовлетворения полного спектра человеческих потребностей, в том числе высшей потребности – в самореализации.

Социально-психологическое значение активного туризма в жизни человечества может быть рассмотрено на трех уровнях. На уровне мирового сообщества выделяется его роль как социо-реабилитационного и социо-профилактического фактора, позволяющая обеспечивать выживание человечества за счет возникновения механизма развития мета-адаптационных способностей человека. На государственном уровне значимость активного туризма проявляется в его мощной воспитательной и экономической роли, позволяющей совершенствовать национальные ресурсы в привлекательной для населения досуговой форме. На уровне

индивида значимость активного туризма, прежде всего, состоит в возможности комплексного оздоровления, в возможностях совершенствования способностей человека к преодолению собственных ограничений и пределов, в расширении и укреплении личной идентичности.

Все больше людей во всем мире предпочитает проводить отпуск в байдарочных, пеших, горных семейных и самостоятельных походах или просто в палатках на диких участках морского побережья. Есть основания полагать, что урбанизированность быта и высокий интеллектуально-культурный уровень человека являются предпосылками формирования у него интереса к активному туризму. Пожилые семейные пары покупают трекинг вокруг Джомолунгмы; одинокие матери ведут своих детей в многодневные путешествия по предгорьям Альп; парижанки, бросив учебу в престижном университете, становятся горными пастушками. Поверхностные объяснения причин такого бума в основном сводятся либо к версии скуки от довольства, либо к «адреналиновой» теории: экстремальная деятельность позволяет почувствовать возбуждающие и эйфорические эффекты аутоинъекций адреналина и эндорфинов, выделяющихся под влиянием сильной мышечной или эмоциональной нагрузки. Недавно, правда, появились сообщения о генном происхождении тяги к риску. Обнаружен «ген риска» - мутация 7R гена DRD4. Этот ген кодирует так называемый рецептор нейротрансмиттера дофамина, и мутация 7R делает человека энергичным, возбудимым, несговорчивым. Например, эта мутация есть у воинственных индейцев племен Яномамо, и ее нет у миролюбивых бушменов Канг в Южной Африке. Носители этого гена устраивали революции и отправлялись на поиски новых земель. Среди потомков европейцев в Америке ген имеется у 3–10% населения (у европейцев – в 5 раз реже).

Более глубокое объяснение наблюдаемого феномена можно найти в гипотезе о существовании процесса социальной саморегуляции, при

котором, помимо воли каждого индивида, возникает тенденция, призванная обеспечить новый уровень жизнеспособности человеческого сообщества. В данном случае эта тенденция, отраженная в приверженности все большего числа людей к различным способам активного досуга, заключается в том, что экстремальная деятельность является своеобразным социореабилитационным и социопрофилактическим фактором (термины принадлежат д.п.н. проф. Института психологии РАО В. Э. Чудновскому. Современный нестабильный мир предъявляет новые требования к личности. Как бы руководимая инстинктом здоровья, развивающаяся личность ищет способы укрепления личностной устойчивости, оптимизации познания мира, поиска себя в этом мире, достижения личностной и социальной идентичности. Этот поиск отражает проблемы человека, связанные со структурированностью и стандартизацией быта; низким уровнем новизны и разнообразия жизненных ситуаций, исключающим возможность выработки субъектной позиции личности; оторванностью повседневных функций от естественных; зависимостью от технических и социальных структур современного индустриального мира, наконец, удалением от природы и связанных с нею естественных способов получения удовольствия. Добровольно подвергая себя воздействию таких факторов, как пребывание в непривычных, подчас опасных природных условиях; внезапно возникающие ситуации, близость психофизиологических реакций к адаптационному барьеру, отсутствие готовых стереотипов реагирования на возникающую ситуацию, поклонник активного туризма тренирует свои реакции на экстраординарные события, совершенствует свои адаптационные способности, расширяет нормы физиологической и психологической адаптации. Тем самым осуществляется профилактическая функция активного туризма.

Таким образом, интерес к экстриму предстает как интуитивно ощущаемая потребность в тренировке своих адаптационных способностей,

пусть в облегченных, но экстремальных по большинству признаков условиях. Человек, пробуя себя в экстремальных видах деятельности (например, в активном туризме), как бы пытается тренировать одновременно множество физиологических, психологических, социально-психологических процессов каждый раз в новых и чем-либо угрожающих условиях. Поэтому стремление к такому виду досуга, как активный туризм, можно представить как стремление к развитию мета-адаптационных возможностей, к тренировке самой адаптивной способности субъекта.

Рассматриваемый не как индивидуальная потребность или как проявление регионального или национального стиля жизни, а как явление, характерное для всего развитого человечества, феномен активного туризма приобретает черты некоего популяционного механизма, призванного обеспечить сохранение вида *Homo sapiens* и укрепление его ослабленных комфортными условиями цивилизованного быта биологических, психофизиологических и социальных ресурсов. Повышение физической тренированности, развитие волевых и саморегуляционных способностей, становление личностной и социальной идентичности в изменяющемся мире; формирование способности к трансцендентности; инициация личностного развития и осознания мира во всех его ипостасях – вот те социально-психологические эффекты, которые достигаются человечеством благодаря растущему интересу к активному туризму. Таким образом, мировой уровень рассмотрения значения активного туризма предполагает определение его роли как саморегулирующегося социального феномена, направленного на укрепление мета-адаптационных ресурсов всего мирового сообщества.

Туризм можно рассматривать как фактор комплексного оздоровления граждан, фактор воспроизведения человеческих ресурсов, эффективное средство роста производительности труда, укрепления экономического потенциала страны. Активный туризм косвенно оказывает влияние на состояние экономики государства. Государство и общественные институты

все чаще обращают свой взор на спортивно-оздоровительный туризм как одну из современных технологий продуцирования здоровых духовных и физических качеств человека, а также познавательных и самосберегающих начал при минимальных затратах государства и самого путешествующего.

Это определяет воспитательные, спортивные, рекреационные и экологические возможности активного туризма как фактора государственной политики. Воспитательные возможности проявляются в формировании в туристских походах и путешествиях таких качеств, как патриотизм, коллективизм, терпимость, социальная компетентность, инициативность, настойчивость и т.д. Направления воспитания можно определить как экологическое, патриотическое и краеведческое, нравственное, социальное, эстетическое. Существуют психологические данные о том, что опыт острых, экстремальных, экзотических переживаний, связанных с преодолением трудностей и переживанием красоты и уникальности природы, позволяет облегчить период избавления от различного рода зависимостей.

Еще одна функция активного туризма на государственном уровне связана с тем, что спортивный туризм и его основные кадры являются источником современных промышленных высотных технологий, технологий передвижения по сложному рельефу, технологий ориентирования на местности. Такие навыки наиболее востребованы в практике спецподразделений (спасатели, военизированные отряды особого назначения, подразделения МВД, пожарные, антитеррористические службы и т.д.). Преимущественно из горного туризма (альпинизма, спелеологии, скалолазания) подобные подразделения заимствуют методики быстрого спуска по веревке, подъема и транспортировки пострадавших, преодоления сложных форм рельефа, подъема на высоту свободным лазанием или с применением искусственных точек опоры, ориентирования по спутниковым системам. Эти технологии позволяют эффективно организовать работы как в природных, так и в техногенных условиях среды.

Для отдельно взятого человека активный туризм играет роль в важных для личностного роста процессах самопознания и самосовершенствования. Привыкание к уровню будничного житейского Я в повседневной однообразной жизни оставляет в большей степени нераскрытым психологический потенциал личности. Человеку в новых, подчас экстремальных условиях удается открывать в себе новые ресурсы – так как прежние стереотипы восприятия и поведения оказываются неприменимы или неэффективны. Человек как бы начинает видеть глубинные уровни событий и ситуаций, совершенствуется его система смыслов – что, по утверждению современных психологов, является одним из основных признаков развития личности. Будучи поставленным в ситуацию необходимости «выхода за свои пределы», человек начинает быстро изменяться. Адаптивные изменения в его представлениях о себе и ценностной-смысловой сфере направлены на совершенствование способностей. И это происходит в тех случаях, когда перед личностью возникает проблемная ситуация, преодолеть которую с помощью ранее усвоенных шаблонов поведения затруднительно или даже невозможно. Подобная ситуация возникает либо при наличии преград на пути деятельности, либо в процессе постановки личностью тех или иных сверхзадач. В такого рода ситуациях (в том числе – экстремальных) личность и проявляет свою активность, которая находит выражение в творческом преобразовании ситуации, в саморазвитии индивидуальности. Здесь происходит ориентировка личности в сложной системе ее отношений, смыслообразующих мотивов и личностных смыслов.

Кроме того, узость и заданность спектра используемых человеком в обыденной жизни социальных ролей предопределяет познание субъектом лишь некоторых аспектов реальности, в которой он обитает. Соответственно этим ролям формируются комплексы поведенческих, эмоциональных и когнитивных стереотипов, заставляющих человека как бы бегать по

однажды протоптанным тропинкам своего восприятия реальности. Это сужает возможности человека, не дает ему освоить иные аспекты реальности и, соответственно, узнать о других своих способностях, не востребованных в привычных условиях. Занятие активным туризмом как бы заставляет личность освоить новую социальную роль, а смена ролей детерминирует преодоление личностного эгоцентризма, расширяет возможности самопознания и самосовершенствования, тем самым облегчая переосмысление, развитие отношений человека к себе и окружающему, освоение новых слоев, новых уровней реальности. Фактически такие «приключения» совершенствуют т.н. экстремальную подготовленность личности (термин А.М. Столяренко).

Ну и последний фактор значимости активного туризма на личном уровне – его мощный оздоровительный потенциал. В соответствии с новой стратегией здравоохранения, одним из основных путей укрепления и развития здоровья является формирование адаптационных (структурных и функциональных) ресурсов организма. В туристском походе, как мы не раз показывали в своих работах, происходит комплексное воздействие тренирующих оздоровительных факторов: благодаря движению на природе – повышение неспецифической устойчивости организма к воздействию патогенных микробов и неблагоприятных факторов среды; повышение работоспособности и тонуса коры головного мозга; стимулирование положительных эмоций; развитие физической и температурной тренированности; проявление регуляторно-трофического эффекта мышечной нагрузки; концентрированное влияния внешних природных воздействий (традиционные солнце, воздух и вода), обогащающее и тем самым оптимизирующее внутреннюю среду организма. На психосоциальном уровне здоровья туризм аккумулирует в себе множество условий, которые ведущие психологи отмечают в качестве универсальных оздоровительных психотерапевтических факторов. Многочисленные

исследования показывают существенные изменения участников туристских походов в сторону оптимизации представлений о себе и других, повышение самооценки, развитие таких свойств личности, как автономия, ориентация на позитивные жизненные ценности; способность к риску, расширение репертуара используемых ролевых позиций, социальная активность, вера в существующие в человеческой природе позитивные оздоравливающие силы, совместный труд, способность к моральному действию. Таким образом, активный туризм включает целый комплекс оздоровительных тенденций. Все вышесказанное позволяет прогнозировать дальнейшее развитие активного туризма и повышение интереса к нему как со стороны отдельных людей, так и со стороны организаций и государств.

Данный прогноз ставит нас перед необходимостью совершенствовать образование в сфере организации услуг в активном туризме. Существующего сейчас одного курса – «Теория и методика спортивно-оздоровительного и самостоятельного туризма» – для решения этой задачи явно недостаточно. Необходимо, на наш взгляд, введение такой дисциплины, как психология активного туризма, так как уникальность взаимоотношений в изолированной туристской группе в экстраординарных условиях среды заставляет организаторов туров учитывать влияние возможных психологических феноменов на удовлетворенность клиента. Сама социально-психологическая ситуация, в которую попадает участник путешествия в активном туризме, имеет разнонаправленные возможности в коррекции влияния внешних экстремальных условий на личность: если человек принимает все предлагаемые группой условия, то групповые феномены (чувство единения, взаимопомощи, взаимоподдержки, соработничество и т.п.) смягчают воздействие внешних факторов. Если же человек внутренне оппонирует группе или инструктору, влияние внешних экстремальных факторов как бы усиливается за счет возникающей внутригрупповой напряженности. Это часто проявляется себя в плохом

самочувствии и возникновении конфликтов, ухудшении взаимоотношений, усилении противоречий, появлении множества противостоящих друг другу микрогрупп, ослаблении управляемости, появлении у некоторых склонности к конфронтации, проявлении неприязни к психологическим нагрузкам, связанным с ответственностью за других людей; отчуждение от интересов групп; субъективном снижении значимости общих целей; возникновении агрессивного поведения и самостоятельном выходе части членов из группы, приводящем к ситуациям повышенного риска.

В психологии активного туризма необходимо выделить важнейшие разделы: мотивация клиентов и типология туристов; малая группа в туризме; лидерство и руководство туристской группой, удовлетворенность путешественника, психология экстремальных ситуаций, психология риска.

Сама жизнь подталкивает к необходимости обучения организации путешествия в активном туризме. Несмотря на то, что это очень сложный, до конца не разрешенный с нормативно-правовой точки зрения вопрос, множество фирм предлагают свои услуги в этой области. Вот спектр сегодняшних предложений на рынке активного туризма в России.

В турах по центральной и северной России преобладают трекинговые, комбинированные, водные и конные программы, а также рыбалка – все предложения невысокого ценового уровня (менее 300 у.е.). На юге России, Северном Кавказе и в Крыму к такого рода предложениям добавляются горные экстремальные туры, и возрастает уровень средних цен (около 500 у.е.). На уральском, алтайском, сибирском направлении большее количество предложений всех ценовых диапазонов (в том числе высокого, более 1000 у.е.), в том числе предлагаются этнические туры. Наиболее популярны трекинговые и комбинированные маршруты (средний ценовой диапазон), а также дешевые водные туры.

В предложениях по дальнему зарубежью (Европа) преобладают экстремальные программы высокого и среднего ценового диапазона,

популярен конный туризм. А среди туров в мировые центры туризма лидируют дорогие экстремальные предложения (восхождения на Эверест, Килиманджаро и т.п.), трекинговые, комбинированные и конные программы; несмотря на свой высокий ценовой уровень, популярен джипинг.

Поэтому актуально введение дисциплины «Организация экстремально-приключенческого тура», в которой могут рассматриваться такие вопросы, как планирование и разработка маршрутов в активном туризме; обеспечение безопасности, презентационные материалы по активному путешествию, проблемы формирования группы, снаряжение для походов и путешествий; организация питания в походах и путешествиях, нормативно-правовые вопросы организации активных туров, дополнительные услуги и анимация в экстремально-приключенческом туризме.

Резюмируя вышеизложенное, можно заключить, что активный туризм является одним из перспективнейших направлений развития туристической отрасли на современном этапе, так как он отвечает актуальнейшим потребностям современного человека. Его социальное значение может быть рассмотрено на общемировом, государственном и индивидуальном уровне, и на каждом он проявляет себя как уникальное средство реабилитации и развития мета-адаптационных ресурсов. С этим связана необходимость обучения организации туров и психологии туристской группы будущих специалистов по туризму.

Путрик Ю.С., Караневский П.И.

**Роль дисциплины «История туризма»
в системе туристического образования**

В российских учебных заведениях, дающих туристическое образование, дисциплина «История туризма» преподается в различном объеме и составе. При этом объем дисциплины может зависеть от общего наполнения учебной программы, а состав определяется различными

факторами, наиболее существенными из которых являются: включение необходимых материалов по истории путешествий и гостеприимства; основной профиль конкретного учебного заведения с его традиционными дисциплинами и специальностями; наличие преподавателей, имеющих подготовку для преподавания дисциплины.

Каждый из факторов определяет контекстную характеристику дисциплины «История туризма» для учебного заведения, поэтому преподавание дисциплины в разных вузах существенно различается. Получают ли студенты при этом необходимое и цельное представление об истории туризма? Очевидно, восприятие студентом дисциплины, поданной в определенном русле, сформирует своеобразное представление о туризме, которое будет лишь усиливаться при изучении специальных дисциплин. Из этого следует, что роль дисциплины «История туризма» исключительно велика, по крайней мере, на первом курсе обучения, когда у студента начинается складываться понимание его будущей специальности.

Учебные заведения, предлагающие туристическое образование, составляют две основные группы. В первую группу входят относительно молодые вузы и факультеты, начавшие работу с чистого листа и изначально ориентированные на обучение специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Туризм». Во вторую группу входят учебные заведения различного профиля, действующие в течение десятилетий и добавившие туристические специальности к тем, которые у них традиционно существовали, что вызвано высоким спросом на специалистов в области туризма.

Учебные программы и характер преподавания туристических дисциплин в вузах первой группы сразу же были максимально и целенаправленно приближены к потребностям туристического образования. В вузах второй группы учебные программы и характер преподавания туристических дисциплин неизбежно отражают основной профиль учебного

заведения в силу наличия традиционных дисциплин и преподавателей с соответствующей подготовкой, а также специальностей, характерных именно для этих вузов. Так, технический вуз обнаруживает в преподавании туристических дисциплин склонность к техническим наукам соответствующего направления, вуз географического профиля - к географическим, вуз экономического профиля – к экономическим и т. д. В результате выпускники различных учебных заведений с дипломами специалистов в области туризма, работая совместно, не всегда могут понять друг друга.

Конечно, вся система подготовки специалистов туристического профиля еще очень молода. Однако можно продвигаться к унификации системы преподавания на основе дисциплины «История туризма», обладающей рядом замечательных особенностей. Эта дисциплина позволяет сблизить позиции вузов с различным профилем благодаря правильному тематическому наполнению, которое ей органически свойственно.

При любой методике преподавания дисциплина «История туризма» должна рассматривать в русле развития цивилизации: особенности различных путешествий и их транспортного обеспечения; этническое и интернациональное гостеприимство в разные исторические периоды; организационные и экономические условия формирования туризма как самостоятельного вида деятельности; процесс развития индустрии туризма. При этом в пространстве дисциплины остается место для различных аспектов, присущих вузам технического, географического, экономического и др. профиля.

На первом курсе обучения необходимо обеспечить «настройку» студента на постижение комплекса дисциплин, формирующих туристическое образование. Для этого требуется вводный комплекс, в состав которого должны быть включены дисциплины: «История туризма», «Введение в туризм», а также дисциплина, соответствующая специфике

данного вуза (для корабельного – история кораблестроения, для автотранспортного – история автомобилестроения и т. д.). Третья в этом ряду, специфическая дисциплина логично дополнит курс «Истории туризма» и позволит связать вводный комплекс с видом туризма, соответствующим профилю данного вуза. Таким образом, именно системный вводный комплекс содействует целенаправленному включению студента в учебный процесс, ориентации в освоении специальности.

Содержание дисциплины «История туризма», в соответствии с названием, предоставляет возможность активизации не только ее вводной, но и общеобразовательной функции, которую необходимо использовать для расширения кругозора студента. Дисциплина знакомит с процессом зарождения и развития путешествий и гостеприимства от глубокой древности к современности; показывает возникновение, использование и передачу традиций и технологий от одного народа к другому, из одной эпохи в другую, как строительных элементов для будущего формирования туризма. Она намечает возможные пути развития туризма - из прошлого, через настоящее, в будущее. Любой турист на исхоженном пути становится для себя первопроходцем, а если при этом обнаружит не замеченное другими природное, культурное или общественное явление и расскажет о нем, то станет первопроходцем и для других. Готовность к открытиям подсознательно живет и в каждом студенте, получающем туристическое образование. Он знаком с географией, читал о путешествиях, имеет некоторый личный опыт путешествий, гостеприимства, экскурсий, использования средств передвижения, что повлияло на выбор специальности. Отклик на свои знания и свой опыт он находит в дисциплине «История туризма», благодаря чему она естественно воспринимается им как общеобразовательная. Заинтересованно погружаясь в многообразную тематику этой дисциплины, студент видит, как постепенно складывается современная индустрия туризма и гостеприимства.

«История туризма» дает описание событий в хронологическом и территориальном развитии, что обеспечивает понимание их взаимосвязи и делает процесс обучения увлекательным путешествием в мир знаний и личных открытий. «История туризма» прокладывает мостик к другим дисциплинам учебной программы, а также способствует их взаимной увязке в междисциплинарных областях, при оптимальном чередовании дисциплин.

Семинарскую часть учебного курса целесообразно строить на выступлениях студентов с целью усиления личной мотивации - по самостоятельно выбранным темам: о совершенном или намечаемом путешествии, о своем родном городе. В таком выступлении важна не только тема и практика выступлений. Студент обучается пассивно, т.е. неэффективно, если только слушает лекции и читает книги. Активное обучение непременно сопряжено с выступлением по определенному регламенту – в пределах установленного времени; оно должно быть содержательным, ориентированным на конкретного слушателя, роль которого может быть обозначена как потенциальный покупатель на презентации туристического продукта. Эти «покупатели», задавая сложные вопросы, вырабатывают друг у друга готовность к любому повороту в презентационном процессе. Такой тренинг студенты легко воспринимают как технологическую необходимость в рамках не только дисциплины, но и специальности в целом, как будущие специалисты в области туризма, где основой деятельности является непосредственное общение с потребителем. Отсюда следуют: готовность к психологическому настрою на общение, вырабатывание способности «прочитывать» потенциального покупателя и создание оптимальных условий взаимодействия с ним, провоцирование «удобных» вопросов слушателей, на которые будут даны подготовленные ответы. Подобная деловая игра дает хорошую подготовку к защите рефератов, курсовых, дипломной работы и будущей практической деятельности.

В процессе преподавания важно показать, что «История туризма» – это универсальный инструмент, позволяющий на основе опыта, накопленного человечеством, создавать в сфере туризма и гостеприимства новые современные направления и методы, а также модифицировать и применять в современной практике туризма и гостеприимства достижения, известные из прошлого.

Наглядной моделью истории туризма может служить «дерево», у которого многообразие современного туризма и гостеприимства («крона») опирается на продолжительный опыт путешествий и формирования туризма («ствол») и на доисторический этап вынужденных перемещений с целью жизнеобеспечения человека («корневую систему»). Эта модель позволяет не только представить этапы формирования туризма, но и объяснить студенту полезность моделирования вообще при разработке проектов в практике туризма и гостеприимства.

Прослеживая этапы развития путешествий и туризма, важно показать, каким образом, когда, при каких обстоятельствах, у каких племен и народов возникали новые достижения, вошедшие затем в структуру туризма и ставшие общим достоянием в период формирования индустрии туризма.

В процессе изучения дисциплины «История туризма» студенты получают возможность разработки сюжетных туристических проектов. В современном туризме высок спрос на туристско-экскурсионные проекты, основанные на сценарном воссоздании различных сюжетов: исторических и мифологических, художественных и литературных, фантастических и ретроспективно-бытовых, игровых (карнавал, балаган, ярмарка, театр). Эти проекты не только знакомят туриста с другой страной, городом, но и позволяют ему стать персонажем литературных и исторических событий, пожить в иной эпохе и этнической системе. При этом стилистическое единство достигается путем реализации различных образов, сюжетов и представлений в костюме, дизайне интерьеров, стиле тура, внешности

персонала, включенного в действо, и характере его общения с туристами, в рекламе и выставочных экспозициях. Факультативные занятия вводят студента в практическое осуществление подобных проектов и позволяют ему проявить артистизм, способность к творчеству.

Гармоничное сочетание вводной и общеобразовательной функций дисциплины «История туризма» с учетом специфики учебного заведения и при использовании соответствующей методики преподавания позволяет обеспечить логичный переход студентов от школьной системы обучения к осознанному и активному восприятию туристического образования и освоению туристической специальности в целом.

Семенова Л.А.

Интернационализация образования – основа качественного образования в области туризма

Туризм как ведущая отрасль мировой экономики, занимающая первое место по созданию новых рабочих мест, признается ЮНЕСКО одним из главных факторов культурного и гуманитарного развития. Туризм получил всемирное признание как средство сохранения мира, ведения диалога между культурами и сближения народов и отдельных людей.

Сегодня туризм глубоко воздействует на европейские страны в плане материальном (развитие инфраструктуры расселения, транспорта и т.д.), социальном (гостиничный бизнеса как источник рабочих мест и повышения социального статуса) и культурном (сохранение и осознание подлинной ценности национального достояния, культурных памятников, организация культурных событий) - и поэтому является основным фактором экономического, социального и гуманитарного развития континента. Кроме того, постоянная перемена мест, пребывание среди народов разных стран влечет за собой знакомство с национальными особенностями, обычаями, привычками, нравами, модой, видами развлечений, игр и т.п., что

способствует сближению людей, их лучшему взаимопониманию и ощущению принадлежности к единому сообществу и является прелюдией к осознанию сути общеевропейского гражданства.

Ощущение принадлежности к Европе укрепитя, когда существующие системы образования и профессиональной подготовки кадров в области туризма, до сих пор загнанные в национальные рамки, будут осознаны как фактор, тормозящий развитие туризма в Европе. Чтобы ускорить процесс интеграции, работают профильные ассоциации, такие как АМФОРТ и ЕВРОДИП (Европейский диплом в области гостиничного бизнеса).

С 21 июля 2005 года РМАТ является действительным членом АМФОРТ. А в ноябре 2005 года на конференции в Мадриде ректор РМАТ Зорин И.В. был избран членом административного совета ЕВРОДИП. И в настоящее время Российская международная академия туризма является действительным членом ЕВРОДИП, что является шагом в развитии Болонского процесса и открывает широкие перспективы для отечественного туристического образования.

АМФОРТ включает сегодня более 200 коллективных членов из 40 стран (учредителей, спонсоров, действительных членов, почётных членов). Управляющий орган - Совет Директоров (до 30 членов) - избирается сроком на четыре года. АМФОРТ предоставляет возможность для взаимодействия трех основных категорий участников, это:

международные организации: ВТО, ИЛО, МАОР, ЮФТАА, ПАТА и др.;
сфера образования: государственные и частные университеты, школы, институты, преподаватели, инструкторы, консультанты, администраторы;
профессионалы индустрии туризма: независимые компании, индивидуальные операторы, члены советов управляющих организаций, задействованные в туристическом и гостиничном образовании.

Основные направления деятельности:

- изучение и развитие профессионального образования в области гостеприимства;
- объединение преподавателей, профессионалов в области туризма и гостеприимства, консультантов, исследователей, школ, институтов и университетов всех стран для обмена идеями и стимулирования взаимодействия и сотрудничества;
- организация (при содействии международных органов) семинаров, конференций, форумов, обсуждений по проблемам или темам, которые могут быть отнесены к специальным, актуальным или ориентированным на новаторство и исследование;
- развитие туристической науки в ряду остальных наук.

Развитие европейского образования в области гостиничного бизнеса опирается на прошлое, приобретенный опыт и традиционные ценности. Поэтому в рамках европейского образования создан образ европейского менеджера, обладающего общей и профессиональной культурой, знанием производственной среды, творческими способностями и командным духом, владеющего инструментами управления, с реальной мотивацией на удовлетворения запросов Клиента и, наконец, гуманитарно компетентного. Этот образ вобрал в себя ценности, исповедуемые европейскими профессионалами.

Обширный опыт, разнообразие и богатство форм выдвигают Европу на авансцену мирового гостиничного образования. Европа, где молодежь обречена на мобильность и межкультурное общение, где сотни гостиничных школ соединены между собой связями и обменами, узами побратимства и партнерства, возрастающее сближение всех форм образования неминуемо ведет к системному подходу в целом. Такая система образования, уважающая местные традиции и культуры, названа *ЕВРООБРАЗОВАНИЕМ*.

Поэтому в 1988 г. 20 европейских школ гостиничного бизнеса создали ассоциацию ЕВРОДИП, чьей основной задачей становится выдача двух дипломов:

- Европейский диплом технического работника,
- Европейский диплом менеджера гостиничного бизнеса.

Цель деятельности ассоциации заключается в поставке на рынок рабочей силы молодых высококвалифицированных специалистов, открытых к восприятию многих культур, превосходно владеющих иностранными языками и способных интегрировать предприятие гостиничного или ресторанного бизнеса в международное пространство.

В целях оказания помощи школам гостиничного бизнеса в адаптации к параметрам европейского образования, ЕВРОДИП, помимо процедуры выдачи дипломов, предлагает следующее:

- *семинары для преподавателей*, преподающих в школах разных стран Европы одну и ту же дисциплину, призванные способствовать обмену и гармонизации содержания программ и педагогических методик;
- *учебники ЕВРОДИП*, используемые студентами для получения европейских знаний в области кулинарии, ресторанного дела, напитков, культуры, маркетинга, управления человеческими ресурсами, экономики и права;
- *конференции ЕВРОДИП*, проводимые ежегодно в разных европейских странах; на этих конференциях преподаватели и другие специалисты могут обмениваться идеями, опытом работы в области европейского образования.

Студент, получивший образование в рамках концепции Еврообразования, компетентен, то есть обладает необходимыми знаниями и профессиональными навыками, так как уровень технической подготовки обеспечен практическими занятиями в школе или на предприятии. Студент овладевает также основными понятиями в области права, управления,

маркетинга, кадровой политики, финансов и стратегии. Хорошее знание одного-двух иностранных языков причислено к основополагающим составляющим профессиональной подготовки, наряду с навыками владения информационными технологиями. Наконец, студент получает хорошие знания по культуре, экономике и европейскому праву и готов к непрерывному образованию в течение всей жизни. Кроме того, в дипломе отмечается «личная компетентность» и «особая компетентность».

С учетом возрастающих требований к стандартам профессиональной подготовки в области туризма Академия заключила соглашение о сотрудничестве с *Институтом VATEL (Франция)* на право подготовки специалистов по методикам и программам этого учреждения. В 2005 году в Москве состоялось открытие Института VATEL-PMAT. Профессионализм выпускников этого учебного заведения будет подтверждаться выдачей Государственного диплома РФ, диплома Института VATEL (Франция) и сертификата ЕВРОДИП.

PMAT имеет обширную сеть филиалов (30), часть которых находится в северных регионах страны, характеризующихся хрупкими экосистемами. Организация туристической деятельности в таких регионах требует соблюдения принципов устойчивого развития, что совпадает с программами Северного Форума, - PMAT стала в феврале 2006 г. его бизнес-партнером и планирует принять активное участие в его работе. Так, в русле программы «Устойчивое развитие» мы предлагаем следующее развитие проекта «Устойчивая модель арктического регионального туризма» (SMART):

- В области образования: подготовка туристических кадров; разработка совместных образовательных программ; обмен студентами; обмен преподавателями, сотрудниками и другими специалистами в области туризма, науки, образования и культуры;
- В организации постоянно действующей научной экспедиции «Русская Америка»: совместное проведение научных исследований; продвижение

областей взаимного интереса, включая историю, туризм, бизнес и изучение культуры коренных жителей Русского Севера и Аляски; проведение совместных туристско-спортивных мероприятий.

- В рамках программы «Общество и культура» Академия заинтересована в участии в следующих проектах: «Здоровый образ жизни»; разработка реабилитационных программ; пропаганда здорового образа жизни через туризм; «Малые языки»; исследование средств межкультурной коммуникации.

К тому же в Академии работает Международная кафедра ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития, в задачи которой входят: научные исследования и разработка принципов деятельности и моделей культурного туризма в целях мира и развития; подготовка российских и иностранных специалистов по культурному туризму на уровне лучших мировых стандартов.

В Академии успешно работает кафедра менеджмента экологического туризма, которая сможет принять активное участие в следующих проектах программы «Охрана окружающей среды»:

- «Молодежный Эко-форум»: разработка проектов организации эколого-этнографического туризма на северных территориях силами студентов; проведение студенческих практик по экотуризму в Северных регионах; реабилитация участков северных территорий в рамках волонтерских студенческих программ.
- «Каталог экологических лагерей»: сбор информации о детских экологических лагерях на особо охраняемых природных территориях России (национальных парках, природных и биосферных заповедниках); разработка образовательных программ и технологий для экологических детских лагерей; участие студентов в работе летних экологических лагерей.

РМАТ уже стала учреждением, занятым в трехсторонних отношениях с правительственными и международными ассоциациями. Вся история

развития РМАТ свидетельствует, что современный вуз благополучно адаптируется к новым условиям. РМАТ – вуз, где формируются два типа знания: знание как наука и знание как культура, то есть академия способствует как социокультурному развитию, так и развитию новых образовательных технологий.

Глобализация чаще всего рассматривается сегодня как фактор внедрения в вузы рыночной экономики, изменяющей и национальную, и мировую систему высшего образования. Увеличивающаяся подвижность студентов, движение к интернациональным учебным планам, расширение проводимых академических исследований – все это способствует развитию отечественной системы высшего профессионального образования. В настоящее время РМАТ объединяет три компонента: культуру, образование и рынок: Взаимодействуя, они формируют новый образ вуза.

Скроботова О.В.

**Особенности организации практики студентов специальности
«Социально-культурный сервис и туризм»
в условиях регионального вуза**

В современных условиях особые требования предъявляются к уровню сформированности практических навыков работы у выпускников высших учебных заведений, готовящих кадры для сферы туризма и сервиса. В соответствии с государственным образовательным стандартом и учебным планом, студенты, получающие образование по специальности «Социально-культурный сервис и туризм», проходят учебную, производственную и преддипломную практику на предприятиях сервиса и туризма.

Роль практики в учебном процессе велика, поскольку при изучении профессиональных дисциплин студенты получают только академические знания, практические же навыки они могут приобрести лишь на предприятиях. Для регионального вуза, которым является, в частности,

Елецкий государственный университет им. И.А.Бунина, одной из важнейших задач является выбор базы для практики студентов. Приоритетной является ориентированность специалистов на внутренний и въездной туризм.

В 2006 году факультет социально-культурного сервиса и туризма Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина осуществляет первый выпуск специалистов по сервису и туризму. Поэтому уже можно подводить первые итоги по результатам учебной, производственной и преддипломной практики студентов старших курсов.

Согласно государственному образовательному стандарту, местом проведения производственной практики могут быть структурные подразделения вуза, туристические фирмы, гостиничные, ресторанные и рекреационные комплексы, рекламные компании, архивы, музейно-выставочные предприятия и другие учреждения, на базе которых осуществляется подготовка специалистов по соответствующей специализации. Студенты проходят практику на основании договора между университетом и предприятием. Согласно заключенным договорам студенты факультета социально-культурного сервиса и туризма ЕГУ им. И.А.Бунина работают в столичных, областных и региональных предприятиях сферы туризма и сервиса: в московских турфирмах «Astravel», «Olimpic Travel», «Туртрансвояж», «Радонеж», в петербургских фирмах «РВС», «Ривьера», в липецких турагентствах «Тэнби», «Панараматур», «Спутник», «Магазин путешествий» и др., в турагентствах городов Тула и Орел, в гостинице «Президент-Отель». Выбор предприятий обусловлен прежде всего тематикой выпускных квалификационных работ студентов V курса.

Сроки и продолжительность учебной, производственной и преддипломной практики студентов определены учебным планом:

учебная – 8 семестр, в течение 4 недель (июнь-июль),

производственная – 9 семестр, в течение 6 недель (сентябрь-октябрь),

преддипломная – 10 семестр, в течение 6 недель (февраль-март).

В 8 семестре (март) кафедрами предлагается тематика выпускных квалификационных работ, студенты имеют возможность выбора места прохождения практики в соответствии с темой ВКР, при этом они могут высказывать пожелания по местам практики.

Согласно образовательному стандарту и учебному плану, первый этап практического овладения профессиональными знаниями – учебная практика. В ее ходе студент факультета социально-культурного сервиса и туризма должен приобрести профессиональные навыки в области туризма и сервиса. Учебная практика предполагает деятельность студента по ознакомлению с работой предприятий туризма и сервиса: с принципами, основными направлениями и формами их работы; с должностными обязанностями сотрудников; с техническим и технологическим оснащением. Целью учебной практики является знакомство студентов IV курса с функционированием предприятий (учреждений) социально-культурного сервиса и туризма, получение навыков практического применения полученных знаний, формирование профессиональной позиции, стиля поведения, профессиональной этики. Задачи учебной практики - знакомство с организацией работы предприятия, оказывающего туристические и социально-культурные услуги, изучение основных направлений и форм работы предприятия, ознакомление с маркетинговой политикой предприятия, практическое знакомство с технологиями предоставления услуг, получение навыков практической работы с техническим и технологическим оборудованием, ознакомление с требованиями к организации рабочего места и обслуживания клиентов в контактной зоне.

Производственная практика предполагает самостоятельную работу студента по изучению принципов, основных направлений и форм работы предприятий социально-культурного сервиса и туризма с поставщиками услуг, потребителями и другими субъектами рынка. Цель производственной

практики – ознакомить студентов с должностными обязанностями специалиста по туризму и сервису на предприятиях и в учреждениях по профилю. Во время прохождения производственной практики студент выполняет функции специалиста по выбранной специализации. Основными задачами производственной практики являются: изучение организационной структуры предприятий социально-культурного сервиса и туризма; изучение задач, решаемых предприятиями этого профиля; определение важнейших функций, обязанностей, выполняемых предприятиями социально-культурного сервиса и туризма на рынке; изучение методов, форм и направлений взаимодействия предприятий с поставщиками услуг, потребителями и другими субъектами рынка; изучение технологии деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма; приобретение практических навыков выполнения технологических процессов. Решение этих задач даст возможность студентам закрепить и систематизировать приобретенные в процессе теоретического курса обучения знания; совершенствовать практические навыки работы в профессиональной сфере, полученные во время прохождения учебной практики; сбора, обобщения и анализа полученных данных для дальнейшей углубленной профессиональной подготовки. В результате работы на предприятии студенты должны проанализировать деятельность предприятий сферы туризма и сервиса по таким направлениям, как специфика деятельности предприятий туризма и сервиса; информационное, правовое и материально-техническое обеспечение предприятий; основные задачи и функции предприятий социально-культурного сервиса и туризма, способы их решения и реализации; особенности маркетинговой политики предприятия; порядок взаимодействия предприятий с поставщиками услуг и другими субъектами рынка; порядок взаимодействия предприятий с потребителями; структура управления, внутриорганизационная подчиненность и отчетность должностных лиц на предприятиях социально-

культурного сервиса и туризма; специфика документации, применяемой на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма; анализ корпоративной культуры предприятия. Изучение данных вопросов поможет практикантам углубить знания в области функционирования предприятия сферы туризма и сервиса, легче ориентироваться в базовых профессиональных понятиях, также даст возможность накопления и систематизации материала для дальнейшего обучения по специальности, написания курсовых работ, выпускных квалификационных работ.

Цель преддипломной практики – закрепление теоретических знаний и получение практических навыков по специальности. Во время прохождения преддипломной практики студент выполняет функции специалиста по выбранной специализации. Основными задачами преддипломной практики являются: изучение деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма в соответствии с направленностью выпускной квалификационной работы студента; особенности маркетинговой политики предприятия; закрепление практических навыков выполнения технологических процессов; изучение внутриорганизационной подчиненности и отчетности должностных лиц на предприятии.

При прохождении всех видов практики студент обязан:

- подчиняться правилам внутреннего распорядка предприятия, на котором он проходит практику;
- выполнять распоряжения руководителей практики от кафедры и от предприятия;
- соблюдать технику безопасности;
- соблюдать требования закона о неразглашении коммерческой тайны.

Аттестация по итогам практики проводится факультетским руководителем на основании документации, предоставленной студентом.

Отчетная документация состоит из следующих документов:

- 1) индивидуального плана прохождения практики установленного образца,

заверенного руководителем практики от предприятия; 2) дневника практики, выполненного в свободной форме и отражающего ежедневную деятельность практиканта на предприятии; 3) письменного отчета студента о практике; 4) отзыва руководителя практики от предприятия с оценкой (по пятибалльной системе), заверенного руководителем предприятия.

Аналитический отчет студента о прохождении практики пишется в свободной форме, он должен отражать следующие положения: реквизиты предприятия (наименование предприятия, фактический адрес, телефон); руководство предприятия; кто является руководителем практики от предприятия; менеджмент предприятия; техническое и технологическое оснащение предприятия; маркетинговая политика предприятия; рекламная и PR-деятельность предприятия; виды услуг, оказываемые предприятием; технология предоставления одной из услуг предприятия (по выбору студента); контроль качества и безопасности предоставляемых услуг; офис предприятия; организация работы в контактной зоне; формы обслуживания потребителя; социально-психологическая характеристика постоянных клиентов предприятия; корпоративная культура предприятия; история и традиции предприятия; служебный этикет; оценка деятельности предприятия; личная оценка студентом результатов практики.

Система заданий, предлагаемых программой практики, направлена на приобретение профессиональных навыков в условиях предприятий туризма и сервиса. Каждое конкретное практическое задание построено на максимальном использовании теоретических знаний. Все задания актуальны и отражают деятельность предприятия туристической индустрии.

**Анимационный подход как способ формирования бренда
туристического региона (на примере Алтайского края)**

Сегодня сориентироваться на туристическом рынке помогают бренды и образ страны, региона. Этого мало, чтобы составить наглядное представление о туристическом районе, но именно брендами руководствуется рядовой путешественник при выборе тура. Зачастую именно мода пропагандирует места отдыха, но она недолговечна и часто меняется. На таком фоне Алтай уже многие десятилетия остается чем-то загадочным, интригующим, тревожащим: Алтай - что это? - Житница Сибири, вторая Швейцария или периферия некогда могучей и грозной Монголии, – непонятно.

А между тем Алтай продолжает оставаться не только хлебным краем, но и регионом с богатой и даже скандальной историей. Ведь с середины XVIII века здесь Демидов нелегально выплавлял золото и серебро, а весь XIX век Алтай – главный поставщик в казну драгоценных металлов. А чего стоят донные действующие Колыванские камнерезные заводы, славящиеся по всему миру (отсюда Царица Ваз, хранящаяся в Эрмитаже)? Нельзя не упомянуть и о курганах, хранилищах древней тюркской культуры, и таких примеров множество.

Можно сказать, что этот край резко выделяется на фоне других регионов страны с однотипными музеями, где пылится русская утварь. И брендов здесь предостаточно. Важную роль играют и персоналии. Путем анимации (оживления исторических персонажей), например, можно представить туристам И.И.Ползунова, изобретателя паровой машины. Мировой опыт показывает, что подобный подход повышает аттрактивность культурно-исторических объектов района. Поэтому для развития туризма и создания положительного имиджа края на туристическом рынке в условиях конкуренции необходимо составление перспективных анимационных

программ обслуживания, учитывающих потребности туриста в новых впечатлениях. Применение анимационного подхода в экскурсиях, походах и путешествиях позволяет визуализировать старину, оживить исторические личности, наглядно продемонстрировать культурное богатство края.

Такой подход позволяет представить Сибирь, да и Россию в целом не страной, где живут люди, пьющие водку, носящие шапки-ушанки, гуляющие в обнимку с медведями по улицам, а интереснейшей территорией с богатым культурно-историческим наследием. Поэтому всячески необходимо инициировать в вузах, ведущих подготовку специалистов для сферы туризма, организацию анимационной подготовки учащихся, приобщение их через анимацию к культурно-историческому наследию своего региона, страны в целом.

Фокина О.А.

Подготовка специалистов социально-культурного сервиса: культурологический подход

Современное поликультурное общественное пространство выдвигает проблему подготовки специалистов в различных областях общественной жизни, способных к демократическому, толерантному продуктивному сотрудничеству с людьми различных культур, вероисповеданий, национальностей, различных по убеждениям, смыслу и образу жизни. Специалист социально-культурного сервиса становится в силу своей профессиональной деятельности не только носителем собственной культуры, но и своеобразным посредником между представителями разных этноконфессиональных сообществ. В связи с этим подготовка таких специалистов обусловлена и современной социальной ситуацией, и гуманитарными, культурологическими требованиями к организации образовательного процесса.

Именно сфера образования должна способствовать тому, чтобы человек смог ощутить свою этническую, культурно-историческую уникальность и в то же время осознать свою принадлежность к мировой культурной цивилизации. Проблема гуманизации и гуманитаризации образования созвучна идее формирования глобального культурного мышления; последнее не только предполагает формирование этнокультурной идентификации личности будущего специалиста, но и выступает средством гармонизации межэтнических отношений. Вместе с тем концепция гуманизации и гуманитаризации образования становится основой формирования поликультурной образовательной среды, полилога культур в образовательном процессе.

Таким образом, современная образовательная стратегия должна быть ориентирована на воспитание личности будущего специалиста социально-культурного сервиса, способного к эффективной профессиональной деятельности в многонациональной среде, обладающего развитым чувством уважения и понимания представителей разных этнических групп.

Одной из наиболее ярко выраженных особенностей культуры конца XX – начала XXI в. состоит в том, что в ней, как никогда, выражена тенденция к размежеванию и самостоятельному существованию гуманитарного и негуманитарного знания. Речь не идет о недостаточности доли дисциплин гуманитарного цикла в учебных планах – количество отведенных аудиторных часов на изучение истории, социологии, русского языка, культурологии и т.д. автоматически не приводит к развитию *культурной личности*. Любое знание может быть гуманитарным, то есть культурным в широком смысле слова, и негуманитарным. Однако, как отмечал Д.С.Лихачев, «нет ни одной глубокой методологической особенности в гуманитарных науках, какой бы в той или иной степени не было бы в некоторых науках негуманитарных»¹. Гуманитарным, культурным

¹ Лихачев Д.С. Прошлое – будущему. Статьи и очерки. – Л.: Наука, 1985. – С.71.

знание становится тогда, когда способствует формированию ценностей, смыслов, системы ценностно-смысловых отношений личности к своей жизнедеятельности, выводит ее в мир культуры. Несомненно, знаниевый уровень подготовки специалистов важен, но в наш информационный век невозможно уложить в учебные программы весь поток информации, так как она обновляется несколько раз за 5-6 лет обучения студента в вузе. Сформированные ценностно-смысловые основания будущей профессии остаются у специалиста надолго, задают своеобразный вектор его дальнейшего и профессионального, и личностного развития.

Предметом гуманитарного, культурного знания является человек со всеми его интересами, проблемами, потребностями, культурно-исторической средой, в которой он развился. Значит, изучение (не выучивание для экзамена!), проникновение в различные культурно-исторические среды становится профессионально значимым для будущих специалистов социально-культурного сервиса. Не механическое заучивание дат, законов, истории религии, научных открытий, а извлечение ценностно-культурного опыта исторических эпох, результатов научной теории и практики призвано сформировать у студентов поликультурную картину развития человеческой цивилизации, позволить осознать ее драму и торжество разума. Бережное, толерантное отношение к различиям этносов и конфессий, к неповторимости и уникальности личности не выучивается к сессии, а воспитывается через толерантное и бережное отношение преподавателя к студентам, таким же разным по национальности, семейным традициям, конфессиональным убеждениям. А значит, и формой общения преподавателя и студента в современной образовательной ситуации должна стать не просто лекция как «начитка» программного материала, а совместное «размышление по поводу преподаваемого предмета» (С.И.Гессен), дискуссия, «круглый стол», побуждение исследовать проблему самостоятельно. В режиме интерактивного занятия не только эффективнее усваивается программный

материал, но и создается предпосылка для формирования культуры взаимодействия, самостоятельной научно-исследовательской работы студента, формируется опыт самообучения и саморазвития, которые становятся актуальными в современной профессиональной деятельности. Понимание обучения как смыслопорождающего процесса побуждает преподавателя по-новому выстраивать свою систему обучения, что влечет овладение современными педагогическими технологиями, основанными на диалоге. Как мы видим, и преподавание становится другим, *культурным*, обращенным к личности студента и его личной культуре. Именно поэтому для системы подготовки специалистов социально-культурного сервиса важно признание особой роли полифоничности, диалога, который становится важнейшим условием вхождения будущего специалиста в современную культуру, становления себя в культуре.

Таким образом, задача современного высшего профессионального образования в области социально-культурного сервиса заключается не только в том, чтобы обогатить человека разнообразными сведениями о культуре и науке, но сформировать у студента свой собственный культурный облик и образ. Образование все больше становится актом свободного выбора, оно связано с творением собственного Я в жизни и профессии. Предоставление разумной свободы студенту в этом процессе становится залогом его толерантного отношения в будущем к своим клиентам. Сочетание профессионально необходимых знаний и умений, выработанных в условиях культуросообразного образовательного процесса, и способности к саморазвитию становится решающим фактором эффективной профессиональной деятельности специалиста в социально-культурной сфере.

Основные предпосылки развития туризма в Ульяновской области

Тенденции к глобализации современного общественного развития очевидны, можно утверждать, что эти процессы будут определять облик мира и России в ближайшие десятилетия. Крушение идей изолированного социализма дали импульс развитию туристического бизнеса в начале 90-х годов XX века. Включение России в коммерческую деятельность, участие в международных туристских потоках открывает возможности для привлечения инвестиций. Туризм - одна из наиболее интенсивно и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства - дает возможность создания новых рабочих мест, дополнительных налоговых поступлений, оказывает влияние на формирование общеобразовательного, культурного, социального уровня населения; на расширение межнациональных, межгосударственных, межэтнических, межличностных отношений.

Ульяновская область, являвшаяся туристическим центром еще в советские времена, и сегодня имеет огромный потенциал для развития туризма. Ее история связана с именами таких всемирно известных людей, как В.И. Ленин (эта фигура и сейчас вызывает огромный интерес), И.С. Гончаров, Н.М. Языков, Н.М. Карамзин, А.П. Платов и др. Кроме того, на территории Ульяновской области имеется 135 учреждений курортно-оздоровительного комплекса, занимающих общую площадь около 638 гектаров. Из них 12 санаториев, 8 санаториев-профилакториев, дом отдыха, 30 баз отдыха и 84 туристические базы. Историко-культурное наследие Ульяновской области представлено в экспозиции 29 музеев, два из которых (Музей-усадьба городского быта и Музей народного образования) используют современные интерактивные методы работы с аудиторией. Все это создает достаточный потенциал для успешного развития в области событийного и культурно-познавательного туризма.

Также на территории Ульяновской области расположено множество природных объектов, способных привлечь внимание туристов. Протекающая через территорию области крупнейшая река Волга, 2030 рек, речек и ручейков, 1223 озер и 230 прудов, множество родников, национальный парк «Сенгилеевские горы», охранный зоны государственного природного заповедника «Приволжская лесостепь», 14 заказников и 116 памятников природы создают условия для развития круизного, экологического и приключенческого туризма.

Перечисленные ресурсы Ульяновской области создают условия, обеспечивающие общую конкурентоспособность турпродукта на внутреннем и относительную конкурентоспособность на внешнем туристическом рынке. Однако не все имеющиеся возможности области используются в полном объёме из-за наличия факторов, сдерживающих рост туристических услуг, а именно: недостаточное развитие инфраструктуры туризма; несформированность системы продвижения турпродукта области; отсутствие областного, муниципальных туристско-информационных центров; практически не используется потенциал научных и образовательных центров области и др.

Для решения проблемы Законодательным собранием Ульяновской области была принята «Областная целевая программа развития туризма в Ульяновской области на 2005-2010 годы». Цель программы «заключается в формировании и развитии новых туристических продуктов, обновлении существующих в рамках концепции единого областного туристического продукта для позиционирования области в туристическом пространстве России с использованием методов регионального маркетинга».

Проблемы в области туризма, возникшие к настоящему времени в Ульяновской области, во многом объясняются пробелами в подготовке кадров и научном обеспечении, которые еще далеки от международных стандартов. На предприятиях данной отрасли Ульяновской области

ощущается острая потребность в квалифицированных специалистах, обладающих знаниями по созданию условий для формирования рынка услуг в сфере туризма с учетом применения прогрессивных технологий. Поэтому необходимо развитие и совершенствование многоуровневой непрерывной системы профессионального туристического образования, способной обеспечить конкурентную стойкость области на рынке туризма.

Решению данной проблемы будет способствовать открытие специальности «Социально-культурный сервис и туризм» в Ульяновском государственном университете, планируемое к 2006-2007 учебному году. В Ульяновской области ныне функционирует несколько университетов, осуществляющих подготовку экономистов, юристов, социологов, историков и т.д. Однако специалисты социального сервиса могут готовиться только за пределами региона, что явно недостаточно.

В Ульяновском государственном университете имеется не только научное, кадровое, но и достаточное учебно-методическое обеспечение в области социальных наук и туризма. В вузе работают высококвалифицированные ученые, способные осуществлять качественную подготовку специалистов в сфере социального сервиса (96% преподавателей имеют ученую степень). На базе кафедры педагогики профессионального образования и социальной деятельности в рамках специальности «Социальная работа» несколько лет действует специализация «Социально-культурный сервис и туризм», дающая возможность расширить сферу социальных услуг. Имеется возможность привлечения практических работников из туристической индустрии с целью повышения уровня преподавания специализированных дисциплин и практических занятий. Действуют курсы повышения квалификации персонала, работающего в сфере туризма, предусматривающие обучение без отрыва от основной деятельности. В дальнейшем планируется широко использовать методический опыт и учебные программы профильных зарубежных учебных

заведений, в течение многих лет успешно работающих на образовательном рынке в Европе и США.

Таким образом, открытие специальности «Социально-культурный сервис и туризм» в Ульяновском государственном университете оправдано как объективными потребностями рынка труда в регионе, так и возможностями университета для успешной реализации данной образовательной программы.

Щербакова Р.Б.

Туризм: профессия глазами студента

Гостиничные услуги являются системообразующими в комплексе туристического обслуживания. Туристские потоки непосредственно зависят от размера гостиничного сектора и качества предлагаемых услуг. Именно это обстоятельство делает сегодня обоснованной необходимость обращать особое внимание на развитие гостиничной индустрии и на подготовку высококвалифицированных специалистов в этой области.

Сегодня все чаще и чаще встает вопрос не о количестве, а о качестве образования в сфере туризма. В столичных вузах возможности качественной подготовки специалистов гораздо шире, чем в провинции. А на что может рассчитывать студент из российской глубинки? Каковы его требования к тем, кто его учит, к тому, как его учат, и к тому, чему его учат?

В Нижнем Новгороде восемь вузов и четыре учебных заведения среднего профессионального образования готовят специалистов для работы в этой сфере деятельности. Однако большинство работодателей не удовлетворены качеством подготовки выпускников, хотя мнение преподавателей по этому вопросу достаточно оптимистично. Пожалуй, было бы несправедливо пренебречь оценкой качества образования тех, кто получает сегодня это образование, - самих студентов. Все данные, содержащиеся в докладе, основаны на результатах, полученных посредством

анкетирования студентов-выпускников Нижегородского строительного техникума специальности 100105 «Гостиничный сервис».

Начнем с того, что конкурс на эту специальность достигает пяти человек на место. Что же заставляет студентов делать такой выбор? Большинство опрошенных студентов (36%) считают эту специальность интересной, и поэтому они отдали свои предпочтения именно ей. Отрадно (если верить в искренность ответов), что, пройдя нелегкий путь познания специальности, студенты не утратили оптимизма и по-прежнему считают избранную профессию интересной. Очень многие (17%) сделали выбор по совету друзей или родственников, что едва ли позволяет назвать эту часть студентов профессионально мотивированной. Однако сам факт, что, колеблясь в выборе будущей профессии, абитуриенты сделали его в пользу этой специальности под влиянием близких людей, которые, как известно, плохого не пожелают, позволяет надеяться на рост популярности сферы гостиничных услуг не только у потребителей этих услуг. Часть опрошенных - 16%, справедливо надеясь после окончания учебного заведения найти работу по специальности, полагают, что у гостиничной отрасли в РФ большие перспективы развития, однако жизнь вносит коррективы в их расчеты.

Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ действительно огромны, но мало кто возьмется дать достоверный прогноз, когда эти перспективы реализуются в Нижнем Новгороде. По статистике, лишь 5% наших выпускников находят себе работу по специальности, и едва ли они из тех, кто надеется на перспективы развития отрасли. Скорее, это представители той группы, которая пришла на специальность под влиянием родственников, способствующих трудоустройству своих близких. Престижной считают работу в сфере гостиничных услуг 14%, 8% возлагают надежды на получение хорошего заработка, 7% считают привлекательными условия работы в гостиницах. Конечно, по мере обучения приходит

понимание того, что не во всех гостиницах условия работы привлекательны, и не такие уж большие заработки сулит эта работа. Однако вселяет оптимизм уже тот факт, что даже после близкого знакомства на практике с деятельностью гостиниц 1-2 звезды, а иногда и не имеющих никакой категории гостиниц, студенты не похоронили своих надежд. Выбор двух процентов был случайным. Вероятно, это те случаи, когда к моменту окончания школы у выпускников не сформирована профессиональная мотивация, либо они не поступили в вуз, либо техникум стал местом, где пару лет можно спокойно отсидеться от призыва в армию.

А каково мнение студентов относительно качества учебного процесса? Основное количество претензий связано с организацией и проведением практики. Почти половина (44%) студентов отмечает слабость практической части обучения. По всей вероятности, здесь и кроется основная причина неуспеха вчерашнего студента при трудоустройстве. Сегодняшний работодатель желает видеть на службе готового специалиста, зачастую с опытом работы в гостинице, не желая опекать новичка. Хорошо, что большинство студентов так высоко оценивает значение производственной практики в получении качественного образования, понимая, что практические знания и навыки будут необходимы им в будущей работе. Однако сегодняшний работодатель, предоставлявший вчера базу для проведения практики, не торопится делиться методами и приемами работы с будущими специалистами. Обозначены и основные недостатки теоретического блока подготовки. На недостаток специализированной методической литературы обращают внимание 20% участников опроса. Эта проблема, которую решают сейчас многие учебные заведения сферы туризма. До сих пор не только студенты, но и многие преподаватели специальных дисциплин считают удачей покупку хорошего учебника, отражающего требования Государственного образовательного стандарта. Многие студенты (18%), считают, что программа обучения могла бы быть

шире в части изучения специальных дисциплин, хотя только 3% отмечают слабость теоретической части в целом. Особенно настораживают претензии, высказанные в адрес преподавателей: 15% студентов считают, что недостатки учебного процесса кроются и в некомпетентности тех, кто их обучает. Причины этого в большей степени объективны, чем субъективны. Кроются они и в недостатке специальной литературы, и в недостатке самих специалистов, и в нищенской оплате труда преподавателей, которая сводит к нулю возможность приглашения высококвалифицированных специалистов, взамен которых к работе привлекаются свои же преподаватели, порой имеющие весьма смутное представление о дисциплине, которую им предстоит преподавать.

В анкетах студентам было предложено оценить значимость для них дисциплин, относящихся к циклу специальных. По значимости дисциплины расположились следующим образом: «Организация обслуживания в гостиницах», «Иностранный язык», «Гостиничная индустрия», «Организация туризма», «Менеджмент», «Маркетинг» и «Управление персоналом». Безусловно, трудно оценить значимость дисциплины и интерес, который она пробудила, без учета личности преподавателя, заинтересованность которого в результатах обучения играет не последнюю роль, но результаты, похоже, отражают реальную картину будущей профессиональной востребованности знаний: первые позиции занимают дисциплины, без основательного изучения которых немислима дальнейшая профессиональная деятельность.

Так как опрос проводился среди студентов последнего курса, им было предложено оценить свою учебу с точки зрения результата, который оказался напрямую связан с оценкой, данной студентами организации и проведению производственной практики: 76% студентов считают, что результат обучения неплохой, но не хватает практических знаний. Значительная часть студентов (15%) считает результат обучения хорошим,

отмечает хороший уровень знаний и желание работать по избранной специальности. Остальные (по 3%) разделились в позициях: «Плохо, меня ничему не научили», «Мне все равно, я не собираюсь работать в сфере гостиничного бизнеса» и «Я сам плохо учился».

Едва ли можно делать какие-либо выводы или прогнозы по результатам опроса студентов двух групп отдельно взятого учебного заведения, но ясно, проблем в подготовке профессиональных кадров для сферы туризма еще достаточно. Немалую их часть можно решить в рамках учебного заведения, но часть их должна быть рассмотрена с точки зрения государственного подхода к вопросам подготовки молодых специалистов этой отрасли.

Эминова Е.А.

Совершенствование образования специалистов в области туризма и процессы интеграции

Россия обладает большим туристско-рекреационным потенциалом, превышающим аналогичные ресурсы всех европейских стран, вместе взятых. Сейчас в России не хватает компаний, занимающихся туристско-спортивным оперейтингом, а также специалистов, осуществляющих организационно-управленческую работу в сфере туризма. Город Чайковский Пермского края, как и Россия в целом, проявляет себя в большей степени как регион отправляющий, чем принимающий, то есть эта отрасль способствует не привлечению, а вывозу денежных средств.

Известно, что туризм обеспечивает создание большого количества рабочих мест, да и туристический бизнес привлекает большие инвестиции, что в свою очередь не может не сказаться на повышении благосостояния города и района. Город Чайковский обладает большим потенциалом в развитии туризма, имея громадные лесные, водные, культурные ресурсы и удобное местоположение (через город проходит ряд водных туристских

маршрутов, организованных туристическими фирмами Пермского края) способные привлечь туристов. Потенциальными экономическими выгодами от туризма для нашего города могут быть:

- привлечение посетителей с высокими доходами, в особенности постоянных клиентов;
- разработка благоприятного имиджа для маршрутов путешествий;
- использование средств информации для расширения обычного диапазона коммуникаций;
- развитие инфраструктуры;
- обеспечение финансового накопления для управления новыми спортивными сооружениями;
- максимальное использование и увеличение дохода от существующих сооружений.

Анализ туристического продукта позволяет определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы для развития туризма в Чайковском. Можно констатировать, что к сильным факторам туризма относятся нетронутая природа, водоемы, горнолыжный и биатлонный комплекс. А среди угрожающих факторов – низкий уровень безопасности, малая известность, недостаточная инфраструктура туризма (удаленность от железнодорожных путей и пр.), недостаток туристических услуг.

Отмечается парадокс: при наличии устойчивой потребности у населения в активном туризме в стране не хватает компетентных менеджеров в этой области. Ключевым вопросом является обучение занятого в туризме персонала. В настоящее время проблема отсутствия квалифицированных специалистов по туризму решается Чайковским государственным институтом физической культуры в рамках специальности «Менеджмент организации». Давно известно, что образование является основой успеха в профессиональной деятельности. В процессе образования формируется комплекс необходимых знаний и навыков, профессиональных

установок, готовность к определенным видам деятельности и к ее ролевой структуре. Образование, ориентированное на развитие творческих способностей человека, на закрепление в его профессиональном сознании установки на инновации, включающее анализ проблем и вариантов деятельности, определяет уровень развития тех или иных способностей и даже корректирует и формирует индивидуальность или личностные черты специалиста в туризме. Оно как бы интегрирует все другие виды, соединяет их в комплекс весьма важных, позитивных характеристик профессионального формирования.

Термин «интеграция» означает углубление сотрудничества субъектов управления, их объединение, углубление взаимодействия между компонентами системы управления. В данном случае мы рассматриваем интеграцию, которая достигается на основе объединения юридически самостоятельных фирм для обеспечения новых конкурентных преимуществ за счет создания мощных научно-исследовательских баз, новых информационных технологий и т.д. Подготовка кадров успешно осуществляется при сотрудничестве Чайковского государственного института физической культуры с туристскими центрами и культурно-досуговыми учреждениями города. Кроме того, на базе института осуществляется подготовка менеджеров по туризму, что позволяет корректировать ситуацию, связанную с состоянием кадровых ресурсов туристического профиля. Такие интеграционные процессы способствуют росту деловой активности и более тесному сотрудничеству с институтом, появлению новых видов делового туризма, которые приводят к экономическому взаимодействию.

Современный специалист все в большей степени должен становиться творцом, исследователем, инициатором, вдохновителем. В региональный (вузовский) компонент учебного плана специальности 080507 в раздел «Менеджмент туризма» введена важная дисциплина «Менеджмент

туроперейтинга», которая является смысловым звеном в подготовке кадров. Поэтому цель курса состоит в том, чтобы познакомить и научить студентов организовать деятельность туроператорских предприятий и управление ими. Задачи курса:

- формирование системы знаний и практических умений в области туроперейтинга;
- ознакомление с особенностями взаимоотношения туроперейтинга с поставщиками услуг;
- формирование сбытовой сети, методы продвижения туристического продукта;
- ознакомление с особенностями финансово-экономических аспектов туроперейтинга;
- раскрытие творческого потенциала студентов.

Специалист должен сформироваться в творца, способного распознавать, ставить, понимать и решать современные проблемы туроперейтинга. Решение этих проблем студентами осуществляется на ознакомительной, экономической, преддипломной практике совместно с методистами института и ведущими туроператорскими фирмами города Чайковский. Для обеспечения местами практики и работы выпускников по специальности «Менеджер туризма» Чайковским государственным институтом физической культуры и кафедрой «Менеджмент организации» заключены договоры о сотрудничестве с туристическим комплексом «Волна», туристическим центром «Волна» и краеведческим музеем. В период обучения и прохождения практики при содействии Чайковского краеведческого музея менеджеры могут получить сертификат экскурсовода.

Одним из способов активизации обучения менеджеров и закрепления знаний по курсу «Менеджмент туроперейтинга» является возможность принять участие в экскурсионной программе «Чайковский – жемчужина

Прикамья», в которой задействованы студенты-экскурсоводы, получившие сертификат после защиты пробной пешей и автобусной экскурсии.

Ознакомительный тур «Чайковский – жемчужина Прикамья»

Маршрут выходного дня (2дня/1ночь)

1 день. Сбор в институте. Автобусная обзорная экскурсия по городу «Чайковский – от древности до наших дней». Посещение горнолыжной базы «Снежинка». Архитектурно-этнографический комплекс «Сайгатка»: фольклорно-игровая экскурсия с участием фольклорного коллектива. Продолжение экскурсии с посещением боулинг-клуба. Обед в ресторане «Волна» (по рецептам сайгатских старожилов). Знакомство с туристическим комплексом «Волна». Круглый стол.

2 день. Сбор в институте. Продолжение автобусной обзорной экскурсии. Знакомство с торговым домом «Чайковские ткани», рестораном «Речная-1», санаториями города: «Камские зори», «Чайка». Посещение Художественной галереи, знакомство с экспозициями художественной галереи. Обед в ресторане «Волна» (кухня первой половины XIX века). Отъезд в г. Воткинск. Музей П.И.Чайковского. Театрализованное представление «Сцены из жизни Чайковских». Посещение Художественного салона. Отъезд в город Чайковский. Круглый стол.

Данная программа может корректироваться с учетом учебного процесса и специфики изучаемой дисциплины.

Итак, возрастает потребность в специалистах – менеджерах в сфере туризма. Поэтому необходимо совершенствовать систему подготовки кадров для туристической сферы, развивать систему управления этой отраслью, более эффективно координировать выставочную деятельность, реализовывать программы вовлечения местного населения в туристический бизнес.

Для повышения привлекательности города Чайковского как развитого центра туризма на базе сайта администрации города по заказу

администрации при содействии Комитета по физической культуре, спорту и туризму и кафедры менеджмента Чайковского государственного института физической культуры была разработана информационная система «Чайковский – жемчужина Прикамья» (web-сайт: www.tur.tchaik.ru). Эта информационная страница направлена на знакомство туристов с объектами культуры и достопримечательностями нашего города, объектами природного и культурного наследия.

Учитывая эти данные, можно было бы создать на территории города и района процветающий туристический бизнес. Возведение туризма в ранг муниципальной политики также позволит сделать город привлекательным для туристов. Чем мощнее туристский поток, тем легче развивать местную экономику, расширять туристическую инфраструктуру, планировать маршруты и объекты показа и посещения.

Таким образом, посредством туризма можно возродить, сохранить и благоустроить объекты культуры, достопримечательности, места паломничества, обустроить их и создать вокруг них культурную среду, обеспечить должный достаток и комфортность. Развитие въездного туризма - а приоритетными направлениями туристической деятельности является поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального, экологического и самостоятельного туризма - обеспечит создание новых рабочих мест, увеличение доходов города, рационального использования нашего природного и культурного наследия.

Труды Восьмой Международной научно-практической конференции «Туризм: подготовка кадров проблемы и перспективы развития». 23-24 марта 2006 года. Вопросы подготовки кадров для туризма. – М., Институт туризма и гостеприимства, филиал МГУ сервиса, 2006

Редактор Ранчина О.В.

Лицензия сер. ПР. № 020362 от 14.01.97

Московский государственный университет сервиса
Институт туризма и гостеприимства (филиал)

5000-00

75.81
T-782