



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СК РГУТИС



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТИС

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала ФГБОУ ВПО
«РГУТИС» в г. Махачкале
З.М. Ханбабаева
«29» августа 2015 г.



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.ОД.7 «Технология обслуживания в туризме и гостеприимстве»
основной образовательной программы высшего образования – программы
академического бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.02. «Туризм»

направленность (профиль) Туризм

Классификация: бакалавр

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.

Методические указания рассмотрены и одобрены на заседании Совета филиала:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.

Методические указания согласованы и одобрены руководителем ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.



1. Общие положения

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

Практические занятия по дисциплине «**Технологии обслуживания в туризме и гостеприимстве**» проводятся с целью приобретения практических навыков в сфере туристского и гостиничного бизнеса.

Практические занятия по дисциплине «**Технологии обслуживания в туризме и гостеприимстве**» – метод репродуктивного обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции и в ходе самостоятельной работы.

Практическое занятие предполагает по заданию и под руководством преподавателей выполнение и презентацию студентами результатов индивидуальной работы, подготовку и презентацию индивидуального доклада по одной из проблемных тем дисциплине «**Основы туризма**»

Практические занятия, включенные в изучение дисциплины «**Технологии обслуживания в туризме и гостеприимстве**», направлены на формирование у студентов практических умений, практических навыков в области гостиничной деятельности, развитие навыков командной работы, коммуникативной компетентности.

Практические занятия по дисциплине «**Технологии обслуживания в туризме и гостеприимстве**» проводятся в специализированном кабинете, оснащённом стендами, мультимедийным техническим оборудованием и специализированным оборудованием, а также на базе гостиничных предприятий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области туризма и гостеприимства

2. Практические занятия

2.1 Общие положения

В рамках дисциплины изучается круг вопросов, связанных с:

1. организацией обслуживания потребителей туристских услуг;
2. организацией и технологиями оказания различных туристских услуг;
3. методическим и информационным обеспечением проектирования туристских услуг; методическим обеспечением расчетов стоимости туристских услуг и продуктов;
4. технологиями продвижения и реализации туристских услуг и продуктов;
5. технологиями и организацией видов туризма: по направлению потоков, по мотивам путешествия.
6. основными направлениями изучения потребителей туристских услуг;
7. сегментацией рынка туристских услуг;
8. мотивацией потребителей туристских услуг;
9. общими приемами организации обслуживания потребителей туристских услуг



Практическое занятие №1

Построение задания на разработку туристского продукта

Цель работы: изучить методику построения задания на разработку туристского продукта

План работы

1. Провести маркетинговые исследования туристского рынка страны для которой готовится предлагаемый туристский продукт.
2. Проанализировать туристские ресурсы вашего региона и определить вид туристского продукта.
3. Сформировать образ туристской группы, ее основные (базовая) мотивации и структуры ее затрат.
4. Для предлагаемого туристского продукта составить перечень основных аттракций и объектов им соответствующим.
5. Сформировать отчет и выводы по практическому занятию.

1. Мотивация иностранных туристов

Побудительные мотивы туризма, привлекающие иностранных туристов. К главным мотивам эксперты относят следующие:

- Ø изучение и знакомство с новой культурой и образом жизни, едой и обычаями;
- Ø знакомство с развлечениями, ночной жизнью, возможность посетить хорошие рестораны, дискотеки и другие увеселительные заведения;
- Ø возможность побыть немного в другом образе жизни, покутить, потратить свободно деньги, которые копились длительный период, хоть немного почувствовать себя человеком более высокого уровня;
- Ø смена общей обстановки, снятие стресса, отдых;
- Ø посещение театров, представлений, фестивалей, карнавалов;
- Ø встречи с новыми интересными людьми;
- Ø изучение условий для потенциального бизнеса в данной стране;
- Ø шопинг-цели; приобретение сувениров и подарков;
- Ø отдых на море, спорт; зимний спорт и отдых;
- Ø лечение, оздоровительные цели;
- Ø религиозные цели, паломничество;
- Ø встречи с родственниками и друзьями.

Удовольствие и отдых – естественные потребности человека, позволяющие ему восстановить физические и душевные силы, снять стрессы, накопившиеся за время рутинной работы на протяжении длительного периода. Обычно отдых у нормально работающих людей бывает ежегодно от одной до пяти недель.

Вторыми по значимости определяются *оздоровительные и лечебные цели*: посещение курортов, санаториев, лечебно-оздоровительных учреждений, поездки оздоровительного характера, пребывание на лечебных водах, прочие виды лечения.

Далее следуют *профессионально-деловые цели*: сюда относятся командированные специалисты, например направляемые на монтаж и установку оборудования; участвующие в работе заседаний, совещаний, конференций, конгрессов и съездов, торговых ярмарок и выставок; поощрительные поездки работников предприятий (инсентив-туризм); выступления с лекциями и концертами; подготовка программ туристских поездок (рекламные туры); заключение договоров на размещение и транспорт; работа в качестве гидов и других должностях в сфере туризма; участие в профессиональных спортивных мероприятиях; оплачиваемое обучение, образование и исследовательская деятельность

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

(отметим особо, данная методика несправедливо относит сюда же и правительственные командировки, включая дипломатов и военнослужащих или сотрудников международных организаций за исключением прохождения службы в посещаемой стране); гостевые поездки к родственникам и знакомым, отпуск с выездом на родину, присутствие на похоронах, уход за инвалидами; религиозные – паломничество, участие в религиозных мероприятиях.

2. Примерная структура расходов иностранного туриста

В настоящее время возрастная структура общества в развитых странах представляет собой "демографический гриб". Увеличение средней продолжительности жизни и снижение уровня рождаемости привели к более высокой доле лиц старших возрастов. При этом численность младших возрастных групп, в частности от 15 до лет, неуклонно сокращается.

Среди других изменений, имеющих отношение к туризму, следует выделить широкое вовлечение женщин в сферу общественного труда. Во всех регионах мира растет число женщин, занятых на разных работах. Многие из них стремятся сделать карьеру: становятся удачливыми предпринимателями, занимают руководящие посты в государственных и коммерческих структурах.

Одновременно с повышением роли женщины в современном обществе наступают перемены в ее сознании, образе жизни, происходит переоценка ценностей. Она позднее вступает в брак, откладывает рождение ребенка, а после его появления возвращается на работу. Женщины получили материальную независимость, а семьи - дополнительный источник дохода, часть которого может быть направлена на путешествия.

Изменения коснулись структуры семьи. Увеличивается число одиноких людей и бездетных пар. В крупных городах и агломерациях "одиночки" составляют до половины всего населения. Материально самостоятельные, они не желают обременять себя семейными узами и заботами. Потребители этого типа отличаются высоким уровнем образования, стремятся к профессиональному росту, достаточно мобильны и предъявляют повышенные требования к уровню комфорта и качеству жизни. С недавнего времени они рассматриваются как перспективная целевая группа туристского рынка. Например, всемирно известный "Средиземноморский клуб" специально для одиноких людей открыл пять туристских деревень в Греции, Испании, Италии и Тунисе, куда семейные пары не допускаются.

Процессы, протекающие в демографической среде, позволяют говорить о двух тенденциях на рынке туризма. Первая из них - расширение круга потенциальных потребителей туристских услуг. Все новые категории лиц вливаются в туристское движение. У них появляются желания и возможность путешествовать. По прогнозу ВТО на 2020 г., 7% населения Земли совершат зарубежные поездки. Эта доля постоянно растет, однако остается пока очень скромной, особенно в Африке, Южной Азии и на Ближнем Востоке (табл. 1), что свидетельствует о большом потенциале международного туризма.

Таблица 1 Туристская активность населения Земли в 2002 г.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

Регионы	Доля населения, совершающего зарубежные поездки, %
Европа	14
Азиатско – Тихоокеанский регион	10
Америка	8
Ближний Восток	6
Африка	5
Южная Азия	1
Мир в целом	7

3. Вторая тенденция - старение путешествующих лиц, т.е. увеличение удельного веса пожилых лиц в совокупности посетителей. Она вызвана общедемографической ситуацией в индустриально развитых странах мира и усилена снижением пенсионного ценза в них. В большинстве западных государств он установлен на сравнительно невысоком уровне - 60-65 лет. Это - люди, физически крепкие, мобильные. Они располагают практически неограниченным свободным временем. Раньше считалось, что "сеньоры" обладают низкой покупательной способностью. Сегодня их материальное положение изменилось к лучшему, и они готовы тратить деньги, и немалые, на поездки. У современных "сеньоров" сложилось новое психологическое отношение к старению, благодаря чему эта категория лиц сформировала свои туристские вкусы и предпочтения.

На первый взгляд, туризм пожилых людей может показаться парадоксом, так как выход на пенсию и обеспечивает заслуженный отдых. Однако углубленное изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что такая проблема не только существует, но стоит очень остро. В отличие от занятой части населения, для которой туризм - это отдых, позволяющий отойти от повседневных забот и восстановить свою работоспособность, для пенсионеров туристская поездка - форма активного образа жизни.

Туристский спрос пожилых современников резко отличается их сверстников 20- и даже 10-летней давности. Они более энергичны, чем были их родители в том же возрасте. Склонность к путешествиям у этих людей сформировалась задолго до выхода на пенсию. Им было 30, когда в Европе начался бум туристской деятельности. Многие из них уже тогда принимали активное участие в путешествиях. С тех пор туризм сопровождал их на протяжении ей жизни, став неотъемлемой ее частью.

Пожилые туристы наших дней - опытные и искушенные путешественники, для которых туризм стал формой познания мира его динамике и многообразии, а не только способом ухода от ежедневной рутины. Неугомонные, сохранившие интерес к жизни люди совершают нередко поездки с элементами приключения и риска: катаются на лыжах в Альпах, сплавляются на плотах в Колорадо, путешествуют по африканской пустыне. Они предпочитают групповые туры, прибегая к услугам различных организаций и туристских фирм. Повышенным спросом среди них пользуются автобусные туры и круизы. Не остаются обделенными пожилые, физически немощные люди. Они также желают путешествовать и получать удовольствия от новых впечатлений, но жестко ограничены в своих возможностях. Отдых этой категории населения организуется в рамках так называемых программ для "четвертого возраста". Их реализацией занимаются специальные



структуры - пенсионные клубы и ассоциации, такие как "Дайнэдж Ассоциэшн" в Дании, "Сенье Ваканти План" в Нидерландах или "Свериджес Пенсионарсфорбинд" в Швеции. Расширение туристского спроса пожилых людей приобретает устойчивый характер. Высокие темпы роста, отличающие этот сегмент рынка туризма, сохранятся и в перспективе. С учетом этой тенденции ведущие туристские фирмы перестраивают свою деятельность, изыскивая новые формы работы с потенциальными клиентами пожилого возраста.

Современные модификации туристского спроса происходят под влиянием социально-экономических факторов.

Ухудшение экономической конъюнктуры привело к переменам в социальной сфере, которые в свою очередь сказались на характере туристского спроса. Был удлинён отпускной период, сокращена рабочая неделя и введен гибкий график работы. Эти меры, направленные на сглаживание сложившихся диспропорций на рынке труда, одновременно способствовали увеличению фонда свободного времени населения. Кризис вынудил людей искать новые формы организации своего отдыха.

С увеличением объема свободного времени на фоне обострения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении населения обозначились две главные тенденции - дроблении отпускного периода и рост непродолжительных поездок. В начале 80-х годов в Австрии и Великобритании свыше 20% населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10% отправлялись в путешествия три % более раз в год. Аналогичная картина имела место в Германии, Италии, Швейцарии и других развитых странах Европы. Близкие результаты были получены в ходе обследования рынка выездного туризма в Японии в конце 90-х годов. Частотность зарубежных путешествий японцев составила в 1997 г. 1,6 поездки. Повышенную туристскую активность проявляли мужчины зрелого возраста и незамужние женщины. Наиболее массовыми (около 60% всех отбытий) были недолгие путешествия до 8 дней. Туристские поездки стали менее продолжительными, но более частыми. В западной литературе это явление получило название "путешествия с интервалами". Организация таких путешествий оказалась чрезвычайно выгодным делом, и туристские фирмы со своей стороны начали всемерно поощрять потребительский спрос на них. Очевидная заинтересованность компаний в расширении нового сегмента туристского рынка объясняется тем, что краткосрочные посетители несут более высокие расходы в расчете на один день пребывания, чем обычные туристы. Кроме того, "путешествия с интервалами" пользуются спросом в течение всего года с некоторым оживлением в апреле, сентябре-октябре и феврале, помогая решить одну из самых острых проблем туристской отрасли - сгладить сезонную неравномерность в работе гостиниц и транспорта. В Европе особой популярностью пользуются маршруты выходных и праздничных дней. Они включают посещение выставок, спектаклей, музеев, галерей, а также магазинов, в частности антикварных. С неменьшим удовольствием люди проводят уик-энды в национальных парках или ненадолго отправляются в путь, чтобы принять участие в фестивалях, карнавалах, различных дегустациях, гневным видом транспорта служат личные автомобили.

Главными поставщиками туристов на западноевропейском рынке краткосрочных поездок являются Германия и Великобритания. Их совместная рыночная доля составляет около 50% поездок. Большой частью непродолжительные путешествия совершаются во Францию, Нидерланды и Бельгию.



Первое место среди европейских государств по числу краткосрочных визитов занимает Франция. Развивая ближний туризм, она принимает посетителей из Германии, Бельгии, Великобритании, Италии и Испании. В течение нескольких дней туристы посещают Париж и другие города Франции: Марсель, известный своими океанографическими турами; Белфорт с его уникальной рекреационной зоной на месте военной базы; Нант, славящийся подсветкой архитектурных памятников, и т.д. Каждый из них имеет свои особенности, которые умело использует для привлечения посетителей. В результате, краткосрочные туристские прибытия во Франции увеличиваются на 25% в год, т.е. в 3-4 раза быстрее, чем долгосрочные.

"Путешествия с интервалами" будут определять характер туристского спроса в новом тысячелетии - к такому выводу пришла английская консалтинговая фирма "Ховат УК". По заказу ВТО она провела исследование динамики отпускного времени. Оно охватило 18 стран мира, на которые приходится 73% всех расходов на туризм. Вопреки расхожему мнению об увеличении продолжительности свободного времени и движении к "золотому" веку всеобщего отдыха, фирма пришла к выводу, что путешественники XXI в. имеют более высокий уровень материального достатка, но испытывать нехватку времени.

4. Новые потребители с деньгами, но ограниченные во времени, будут стремиться получить калейдоскоп впечатлений в короткий срок. Такой подход к организации отпуска положительно скажется на развитии тематических парков, а также круизов, которые позволяют за несколько дней увидеть ряд стран. Желание туристов отключиться от всех забот во время отпуска будет способствовать развитию клубного отдыха по типу "все включено". Возрастет спрос на экскурсии и поездки выходного дня. Коренные изменения происходят в стиле отдыха. Они связаны с переосмыслением целей общественного развития. Первоначально в течение довольно длительного периода труд воспринимался как основа существования человека, а отдых - в качестве средства восстановления сил для дальнейшего труда. Экономика тогда всецело была ориентирована на увеличение валового национального продукта, а общество стремилось достичь более высокого уровня благосостояния, соответствовавшего благоприятной экономической конъюнктуре.

Большинство исследований в области психологии показывают, что основные факторы, определяющие ощущение счастья, вообще не относятся к потреблению. Главным среди них является радость семейной жизни, далее следует удовлетворение работой, том и дружбой. Американские социологи, изучая соотношение достатка и чувства удовлетворения, отмечают, что у лиц, живущих выше уровня бедности, связь между доходами и ощущением счастья весьма незначительна. С учетом результатов исследований было выделено пять главных характеристик "жизни в удовольствие" гедонизм, который предполагает спрос ад удовольствия и смену впечатлений; экстраверсия, означающая обращенность во внешний мир; эротика; активность личности; стремление к удобству и комфорту. Пассивное времяпрепровождение на пляже, хотя и остается наиболее распространенной формой проведения отпуска, все в меньшей степени отвечает потребности жить в удовольствие. На смену трем S": море-солнце-пляж (Sea-Sun-Sand) - постепенно приходит формула "три L": национальные традиции-пейзаж-досуг (Lore-Landscape-Leisure). Она наилучшим образом соответствует новым ценностям, которые утверждаются в психологии человека и получают выражение в поведении современного туриста. Желая оторваться от повседневной действительности, посетитель проявляет повышенный интерес к местному колориту, особенностям быта, нравов, культуры чужого народа. Он жаждет праздника во всем, стараясь уйти от унылого городского пейзажа, монотонной и



однообразной жизни. Одновременно растет осознание необходимости активного отдыха для полноценного восстановления и развития сил человека. Люди отправляются в путешествия, чтобы компенсировать недостаток физической нагрузки и нервное перенапряжение, возникающее в сфере производства и в быту. Согласно результатам опроса, проведенного во Франции, число лиц, предпочитающих активный отдых, почти вдвое превышает число тех, кто отдается пассивному времяпрепровождению. Переход от конвейерного к дифференцированному туризму в 80-е годы является отражением глубоких перемен в экономике: превращения "рынка производителей" с диктатом продавца в "рынка потребителей" с приоритетным положением покупателя по отношению к продавцу. Насыщение рынка товарами, повышение благосостояния населения, изменение соотношения рабочего и сводного времени в пользу последнего - все это повлияло на мотивацию, приоритеты и психологию потребления. Произошли дифференциация и усложнение потребностей, расширился спектр мотивов потребления. К концу 80-х годов сформировался новый тип поведения покупателя, основанный на его хорошей информированности, независимости, критическом отношении к предлагаемым товарам и услугам. В туризме потребитель стал более избирателен в вопросах цены и качества услуг. Накопив туристский опыт, он ищет свежих впечатлений и удовольствий. Потенциальный турист подвержен влиянию моды, легко меняет свои симпатии, предпочтения, интересы, мотивы поведения на рынке. Сегодня любители путешествий не ограничиваются отдыхом на берегу теплого моря, но посещают атомные электростанции, покоряют Северный полюс, готовятся к полетам в космос. Усложнение туристских потребностей приводит к дальнейшей "версификации туризма. В рамках путешествий с целью отдыха и развлечений ускоренными темпами развиваются познавательный, спортивный, приключенческий, сельский туризм, круизы и всевозможные их комбинации. В деловом туризме заметно расширились сегменты конгресс- и инсентив-туров.

В XXI в. процесс диверсификации туризма углубился, появятся новые рыночные сегменты и ниши. Происходит дальнейшая персонификация запросов потребителей. Туризм вступает в эпоху индивидуальности.

Иерархическая структура потребностей туристов и пути их удовлетворения

Уровни потребностей	Вознаграждение	Пути удовлетворения потребностей
Физиологические потребности	Пища, вода, воздух, секс	а) б) в)
Потребности в безопасности	Безопасность, стабильность, защита	а) б) в)
Социальные потребности	Принадлежность к социальной группе, любовь, привязанность, общение,	а) б) в)



	коллективная деятельность	
Потребности в уважении и признании	Самооценка, самоуважение, престиж, статус	а) б) в)
Потребности самовыражении	в Рост, успех, творчество	а) б) в)

5. Сегментация туристского рынка

В соответствии с данными признаками различают следующие основные виды туризма:

- рекреационный;
- лечебно оздоровительный;
- познавательный;
- деловой;
- спортивный;
- этнический;
- религиозный;
- транзитный;
- образовательный.

Наиболее распространенными являются рекреационный и познавательный туризм. Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д. Лечебно оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных болезней. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости. Познавательный (экскурсионный) туризм включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно. Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма WTO относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес поездки, конгрессно-выставочный туризм инсентив туризм (incentive - стимул, побуждение). Инсентив туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе "все включено". Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20 % в международном туристском объеме.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как "специальные виды туризма" нас интересует любительский туризм, который можно подразделить следующим образом: зимние и летние, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта. Этнический туризм преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, а также места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического (nostalgic tour). Приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры людей родом из других стран. У туристов из Германии, например, пользуются популярностью поездки в Поволжье, а у туристов из Финляндии - на Карельскую землю, Ладожское озеро (около 500 тыс. финнов вынужденно покинули эти места в период военных действий 1939- 1945 гг.). Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн человек. Религиозный туризм основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм можно назвать древнейшим, его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм (отдельно следует выделить духовно паломническое направление) и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности. Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности: - перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а лишь делают пересадку на стыковочный рейс; - перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах. Образовательный туризм предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам. Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка. В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристской фирмой программу путешествия для туриста/туристов согласно их пожеланиям и бюджету. Туристская фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы. Неорганизованный туризм предполагает, что туристы сами, без участия и/или посредничества туристской фирмы, организуют свое путешествие. Самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы и т. д. Неорганизованный туризм в мире очень популярен. Прежде всего в странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (например, граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе совершенно свободно, гражданам США также не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения). Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80 %.

По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма: краткосрочный (туры "выходного дня", поездки на срок до 7 дней), среднесрочный (туры продолжительностью от 9 до 12 дней) и долгосрочный (туры на срок от 15 до 30 дней).

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

По использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия, можно выделить следующие виды туризма:

- железнодорожный;
- авиационный;
- теплоходный/водный (морской и речной);
- автомобильный;
- автобусный;
- велосипедный;
- с использованием иных средств передвижения.

По интенсивности посещения туризм можно подразделить на постоянный и сезонный. Под постоянным туризмом следует понимать относительно равномерные посещения туристских регионов и объектов в течение всего календарного года. Под сезонным туризмом понимают такие посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта. К сезонным видам можно отнести рекреационный туризм, конгрессно выставочный туризм. На сезонность туризма также оказывает влияние вид туризма. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия.

В зависимости от возрастной категории туристов можно выделить следующие виды туризма:

- детский;
- молодежный;
- лиц среднего возраста;
- лиц третьего возраста.

Всемирная туристская организация предложила следующую градацию туристов по возрастному признаку: дети, путешествующие с родителями (до 15 лет), молодежь (15- 24 года), экономически активные молодые туристы (25- 44 года), экономически активные туристы среднего возраста (45- 64 года), туристы третьего возраста (от 65 лет). В практике работы предприятий туристской индустрии для целей статистики выделяют следующие возрастные категории:

- 0-2 года - инфант (грудной ребенок);
- 3-12 лет - ребенок;
- 14-18 лет - школьник;
- 18-25 лет - молодежь (студенты);
- 26-45 лет - взрослые;
- 46-65 лет - взрослые;
- 65 лет и старше - пенсионеры (третий возраст).

Для планирования туризма возраст важен с точки зрения мотивации путешествия и финансового обеспечения туристской поездки. По источникам финансирования туризма можно подразделить на коммерческий и социальный



типы.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, является основным источником для развития производства услуг. Стремясь максимизировать прибыль, туристские фирмы постоянно ищут наиболее оптимальное сочетание между величиной издержек и конечной ценой тур продукта. Предоставляемые ими туристские услуги ориентированы в основном на клиентов со средним и высоким уровнем дохода.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для туризма определенных категорий граждан. Субсидии выделяются как из государственных, так и из негосударственных фондов, а также благотворительными организациями. В Манильской декларации указывается, что "социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан".

6. География регионов и их туристские ресурсы

Для составления туристского рынка необходимо изучить туристские ресурсы соответствующего региона. Используйте интернет-ресурсы

Задание:

Составить предложения по турпродукту для въездного туризма исходя из туристских ресурсов региона (области, городу) для заданной целевой группы туристов. Задания выполняются индивидуально или звеньях с разделением заданий между членами творческой группы.

Отчет по занятию.

1. Характеристики целевой группы
2. Их мотивация
3. Иерархическая структура потребностей туристов и пути их удовлетворения
4. Туристские ресурсы региона для включения в турпродукт.
5. Вид туризма
6. Примерная программа туристского путешествия

Практическое занятие №2

Построение технологической карты туристского продукта

Цель работы: изучить методику построения технологической карты

План работы

1. Изучить методические указания к заполнению технологической карты
2. Подготовить бланк технологической карты
3. Внести в пункты технологической карты сведения о туристском продукте
4. В пунктах отражаете только те сведения, которые сформируют цену на туристскую путевку
5. Подготовить выводы о значении технологической карты

Общие методические указания по заполнению технологической карты

ГОСТ Р 50681 предусматривает три вида проектирования туристского продукта, а именно:

- проектирование услуги «ТУРИСТСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ»;
- проектирование услуги «ТУРИСТСКИЙ ПОХОД»;
- проектирование услуги «ЭКСКУРСИЯ».

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

ТУРИСТСКОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ – комплексное понятие. Это законченный туристский продукт от момента выезда туриста из дома (или прибытия его к месту начала путешествия) до возвращения домой (или к месту окончания туристского путешествия). Технологическая карта туристского путешествия должна определять содержание программы и обслуживания туристов на всем протяжении путешествия. Путешествие может включать в себя как элементы различных походов (пеших, водных, спелео, авто-мото и т.д.), так и различных экскурсий (пеших, автобусных, речных, морских и др.). Путешествие может состоять из различной комбинации видов туристской деятельности, подготовительных, промежуточных этапов и мероприятий между отдельными элементами тура с проживанием на базах отдыха, в палаточных лагерях, кемпингах, гостиницах; а также различные элементы и программы пассивного отдыха, например, пляжного в рамках общего тура и т.д.

Туристский продукт для въездного туризма содержит гостевой цикл:

Перелет (переезд);

Трансфер от аэропорта к средству размещения;

Размещение, питание, досуг, лечение (развлечения, экскурсии и т.п.)

Трансфер в аэропорт

Перелет (обратно).

Методические рекомендации по заполнению технологической карты туристского путешествия

Технологическая карта туристского маршрута — основной документ транспортного маршрута — составляется работником субъекта хозяйствования, занимающегося туристской деятельностью, и турорганизацией, подписывается руководителем планово-финансового отдела, руководителем предприятий, обслуживающих маршрут, скрепляется печатью

В шапке технологической карты указывается наименование туристского предприятия, обслуживающего маршрут.

Строка «Наименование маршрута». От названия маршрута зависит его популярность. Поэтому оно должно быть образным, ярким и отражать характерные особенности маршрута.

Далее следует первый структурный элемент – основные показатели маршрута.

Строка «Вид маршрута». В зависимости от вида транспорта в нее записывается железнодорожный, автобусный, авиационный, теплоходный. При условии использования автобуса указывается, собственный это транспорт или арендный.

Строка «Категория сложности». В зависимости от сложности маршрута: от простого пешеходного экскурсионного до специализированного альпинистского ставится цифра от 1 до 4.

Строка «Протяженность маршрута». Общий километраж указывается на основании акта замера протяженности маршрута, учитывается километраж прохождения пешком (на лыжах) и на лодках (на плотках).

Строка «Продолжительность путешествия в сут.» должна соответствовать количеству дней, указанных в программе обслуживания туристов в путешествий по

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

маршруту, приведенной во втором структурном элементе.

Строка «Число туристских групп». Оно должно соответствовать количеству групп, указанному в договоре с соответствующим предприятием на обслуживание туристов.

В строке «Число туристов в группе» указывается число человек в группе. В это число не включаются руководитель туристской группы, гид и водители автобуса.

В строке «Всего туристов по маршруту» указывается количество туристов по маршруту, которое определяется путем умножения количества туристских групп на число туристов в группе.

В строке «Всего человеко-дней обслуживания» указывается общее количество человеко-дней по указанному маршруту, которое определяется путем умножения общего количества туристов на продолжительность обслуживания в календарных днях, предусмотренных туром.

В строке «Начало обслуживания на маршруте первой группы» указывается дата заезда первой туристской группы на маршрут.

В строке «Начало обслуживания на маршруте последней группы» указывается дата заезда самой последней туристской группы на маршрут.

В строке «Конец обслуживания последней группы» указывается дата окончания обслуживания последней туристской группы на маршруте.

В строке «Стоимость путевки» указывается стоимость всего туристского обслуживания.

В таблице заезда туристских групп по месяцам указывается число туристов в месяц, график заезда туристских групп по месяцам и число групп в месяц, все данные указываются согласно заключенным договорам.

В строке «Адрес туристского предприятия, с которого начинается путешествие» указывается адрес соответствующего туристского предприятия.

Во втором структурном элементе – программе обслуживания туристов в путешествии по маршруту в зависимости от столбцов вносятся данные. В первом столбце следует отметить пункты маршрута в порядке движения по нему, в которых осуществляется обслуживание и проводятся туристско-экскурсионные мероприятия; километраж указывается между пунктами при использовании автобуса на маршруте. Километраж устанавливается в соответствии с актом замера протяженности автобусного туристского маршрута, с учетом подъездов к месту проживания, питания, экскурсионным объектам. По строке «Всего» указывается общий пробег автобуса на маршруте; также указывается время прибытия в пункт и выезда из него.

Во втором столбце следует указать все туристские предприятия и условия размещения, т.е. условно обозначается, в каком пункте маршрута, в течение скольких дней туристские услуги предоставляются туристам.

В третьем столбце следует указать запланированные виды туристских услуг, а также указывается точное наименование тем экскурсий, маршрута, прогулки, похода, перечисляются услуги, предоставляемые туристам в каждом пункте в соответствии с запланированной программой обслуживания на данном маршруте.

В четвертый столбец заносятся такие сведения, как трансфер (если это предусмотрено программой обслуживания), а также перевозка по железной дороге, самолетом, теплоходом.



В пятом столбце указывается экскурсионные расходы на 1 человека.
В строке «Всего» в конце столбцов проводятся итоговые данные по маршруту.
В третьем структурном элементе предоставляется краткое описание путешествия, которое повторяется в информационном листке к туристской путевке. Технологическая карта туристского маршрута дает полное представление потребителю о качестве и количестве туристских услуг, отражает объем обслуживания туристов на данном маршруте, служит для расчета стоимости тура.

ГОСТ Р 50681-94

наименование туристского предприятия, обслуживающего маршрут

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

туристского

путешествия

по

на 20__ г.

маршруту

наименование маршрута

1. Основные показатели маршрута

Вид маршрута _____

Категория сложности _____

Протяженность маршрута (км) _____

в т.ч. пешком (на лыжах) _____

на лодках (плотах) _____

Продолжительность путешествия (сут.) _____

Число туристских групп _____

Число туристов в группе _____

Всего туристов по маршруту _____

Всего человеко-дней обслуживания _____

Начало обслуживания на маршруте первой группы _____

Начало обслуживания на маршруте последней группы _____

Стоимость путевки _____

Месяц	Число туристов в месяц (чел.)	График заезда туристских групп по месяцам (с ----- по)	Число групп в месяц (шт)

Адрес туристского предприятия, с которого начинается путешествие.

2. Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

наименование маршрута

Населенные пункты, расстояния	Наименован ие туристских предприятий и	Запланирован ные туристские услуги.	Внутримаршрут ные перевозки	Экскурсионн ые расходы на 1 чел.
-------------------------------------	--	---	--------------------------------	--

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

между ними, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	условия размещения	Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов.		

Всего обслуживающих предприятий _____ в т.ч.

Наименование предприятия	Оказываемая услуга	Передача групп производится в пункте: Условные обозначения:	Местопечати	Подписи руководителей предприятий, обслуживающих маршрут	Подписи руководителей финансовых служб (главных бухгалтеров) предприятий	Дата согласования и подписи «__»____ 20__г.
		Х – обслуживание в туристском предприятии; СП – сухой паек; ПУ – ночлег в полевых условиях (походные палатки)				

3. Краткое описание путешествия (этот текст воспроизводится в информационном листке, который является обязательным приложением к туристской путевке и вместе с путевкой выдается на руки каждому туристу).

Руководитель туристского предприятия,
 обслуживающего маршрут _____
 Подпись, печать, дата



Отчет по практическому занятию №2 содержит:

1. Наименование и цель работы.
2. Основные определения.
3. Описание гостевого цикла.
4. Технологическая карта.
5. Выводы

Практическое занятие №3

Экскурсионная методика

Цель работы: изучить методы и правила составления технологической документации по проведению экскурсии

Составление маршрута экскурсии

Маршрут экскурсии представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы, способствующий раскрытию темы. Он строится в зависимости от наиболее правильной для данной экскурсии последовательности осмотра объектов, наличия площадок для расположения группы, необходимости обеспечения безопасности экскурсантов. Одна из задач маршрута - способствовать наиболее полному раскрытию темы. Основные требования, которые должны быть учтены составителями маршрута, - это организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы.

В практике экскурсионных учреждений существуют три варианта построения маршрутов: **хронологический, тематический и тематико-хронологический.**

Примером хронологического построения маршрута могут служить экскурсии, посвященные жизни и деятельности выдающихся людей. По тематическому принципу построены экскурсии, связанные с раскрытием определенной темы в жизни города (например, "Архангельск строится", "Литературное Подмосковье" и др.).

Все обзорные городские экскурсии построены по тематико-хронологическому принципу. Последовательность изложения материала по хронологии в таких экскурсиях соблюдается, как правило, только при раскрытии каждой подтемы.

Разработка маршрута - сложная многоступенчатая процедура, требующая достаточно высокой квалификации и являющаяся одним из основных элементов технологии создания новой экскурсии. При разработке автобусного маршрута следует руководствоваться "Правилами дорожного движения", "Уставом автомобильного транспорта", "Правилами перевозки пассажиров" и другими ведомственными нормативами. Объекты в зависимости от своей роли в экскурсии могут быть использованы как **основные и дополнительные.**

Основные объекты подвергаются более глубокому анализу, на них раскрываются подтемы экскурсии.

Показ дополнительных объектов, как правило, осуществляется при переездах (переходах) экскурсионной группы и он не занимает главенствующего положения. Маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов и намечается с учетом следующих требований:

- показ объектов следует проводить в определенной логической последовательности, не допуская ненужных повторных проездов по одному и тому же участку маршрута (улице, площади, мосту, шоссе), т. е. так называемых "петель";
- наличие доступности объекта (площадки для его осмотра);
- переезд или переход между объектами не должен занимать 10-15 минут, чтобы не было



слишком длительных пауз в показе и рассказе;
- наличие благоустроенных остановок, в том числе санитарных и мест парковки транспортных средств.

Рекомендуется к моменту проведения экскурсии иметь несколько вариантов движения группы. Необходимость изменения маршрута в ряде случаев вызывается транспортными "пробками", ремонтными работами на городских магистралях. Все это должно быть учтено при создании различных вариантов маршрута. Разработка автобусного маршрута завершается согласованием и утверждением паспорта и схемы маршрута, расчета километража и времени использования автотранспорта.

Объезд (обход) маршрута

Объезд (обход) маршрута является одним из важных этапов разработки новой экскурсионной темы. При организации объезда (обхода) маршрута ставятся задачи:

- 1) ознакомиться с планировкой трассы, улицами, площадями, по которым проложен маршрут;
- 2) уточнить место, где расположен объект, а также место предполагаемой остановки экскурсионного автобуса или пешеходной группы;
- 3) освоить подъезд на автобусе к объектам или местам стоянок;
- 4) провести хронометраж времени, необходимого для показа объектов, их словесной характеристики и передвижения автобуса (пешеходной группы), а также уточнить продолжительность экскурсии в целом;
- 5) проверить целесообразность использования намеченных объектов показа;
- 6) выбрать лучшие точки для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы;
- 7) выбрать методику ознакомления с объектом;
- 8) в целях безопасности передвижения туристов по маршруту выявить потенциально опасные места и принять меры.

Подготовка контрольного текста экскурсии

Текст представляет собой материал, необходимый для полного раскрытия всех подтем, входящих в экскурсию. Текст призван обеспечить тематическую направленность рассказа экскурсовода, в нем формулируется определенная точка зрения на факты и события, которым посвящена экскурсия, дается объективная оценка показываемых объектов. Требования к тексту: краткость, четкость формулировок, необходимое количество фактического материала, наличие информации по теме, полное раскрытие темы, литературный язык.

Текст экскурсии составляется творческой группой при разработке новой темы и выполняет контрольные функции. Это означает, что каждый экскурсовод должен строить свой рассказ с учетом требований данного текста (контрольного текста).

Контрольный текст в большинстве случаев содержит хронологическое изложение материала. Этот текст не отражает структуры экскурсии и не строится в маршрутной последовательности, с распределением излагаемого материала по остановкам, где происходит анализ экскурсионных объектов. Контрольный текст является тщательно подобранным и выверенным по источникам материалом, являющимся основой для всех экскурсий, проводимых на данную тему. Используя положения и выводы, которые содержатся в контрольном тексте, экскурсовод строит свой индивидуальный текст. На основе контрольного текста могут быть созданы варианты экскурсий на ту же тему, в том числе для детей и взрослых, для различных групп трудящихся. В целях облегчения работы по созданию таких вариантов в контрольный текст могут быть включены материалы, связанные с объектами, подтемами и основными вопросами, не вошедшими в маршрут данной экскурсии.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС <hr/>

Помимо материалов для рассказа экскурсовода в контрольный текст включают материалы, которые должны составить содержание вступительного слова и заключения экскурсии, а также логических переходов. Он должен быть удобен для пользования. Цитаты, цифры и примеры сопровождаются ссылками на источники.

Комплектование "портфеля экскурсовода"

"Портфель экскурсовода" - условное наименование комплекта наглядных пособий, используемых в ходе проведения экскурсии. Эти пособия обычно помещаются в папку или в **портфеле** **небольшом**.

Одна из задач "портфеля экскурсовода" состоит в том, чтобы восстановить недостающие звенья при показе. В экскурсиях нередко получается так, что не все объекты, необходимые для раскрытия темы, сохранились. Например, экскурсанты не могут увидеть историческое здание, разрушенное от времени; деревню, уничтоженную в годы Великой Отечественной войны, и др. Иногда возникает необходимость дать представление о первоначальном виде того места, на котором было построено осматриваемое здание (жилой микрорайон). С этой целью используются, например, фотографии деревни или пустыря, панорамы строительства предприятия, жилого массива. Может возникнуть также задача показать, что на осматриваемом месте будет в ближайшем будущем. В этом случае экскурсантам демонстрируются **проекты** **зданий**, **сооружений**, **памятников**.

В экскурсиях бывает необходимость показать фотографии людей, которые имеют отношение к этому объекту или событиям, связанным с ним (например, портреты членов семьи Вульф - друзей А. С. Пушкина - при проведении экскурсии по "Пушкинскому кольцу Верхневолжья").

Более убедительной экскурсию делает демонстрация копий подлинных документов, рукописей, литературных произведений, о которых рассказывает экскурсовод. И еще одна важная задача наглядных пособий на экскурсии - **дать зрительное представление об объекте** (растениях, минералах, механизмах путем показа подлинных образцов или их фотографий, макетов, муляжей).

В "портфель экскурсовода" включаются фотографии, географические карты, схемы, чертежи, рисунки, образцы продукции и т. д. Такие "портфели" создаются, как правило, по каждой теме. Они являются постоянным спутником экскурсовода и помогают сделать любое путешествие в прошлое и настоящее более увлекательным и полезным. **Содержание "портфеля" диктуется темой экскурсии.**

Наглядные пособия "портфеля экскурсовода" должны быть удобны для использования. Количество их не должно быть велико, так как в этом случае пособия будут отвлекать экскурсантов от осмотра подлинных объектов, рассеивать их внимание. Участники творческой группы, подготавливая новую экскурсию, отбирают из имеющихся в их распоряжении наглядных материалов наиболее выразительные, способные оказать помощь экскурсоводу в освещении темы. Методику демонстрации наглядных пособий проверяют на маршруте. Затем рекомендации по использованию материалов "портфеля" включают **в методическую разработку**. К каждому экспонату, включенному в "портфель", прикладывается листок с пояснениями или справочным материалом. Иногда пояснения приклеиваются с обратной стороны экспоната. Такая аннотация служит исходным материалом для экскурсовода при показе экспоната **экскурсантам**.

Перечень наглядных материалов определенной темы, включенных в "портфель экскурсовода", должен уточняться на протяжении всей разработки новой экскурсионной темы.



Большую помощь в подборе наглядных материалов для "портфеля" экскурсионным организациям оказывают музеи, выставки, архивы.

Определение методических приемов проведения экскурсии

Успех проведения экскурсии находится в прямой зависимости от использованных в ней методических приемов показа и рассказа. Выбор того или иного методического приема диктуется задачами, поставленными перед экскурсией, информационной насыщенностью конкретного объекта.

Работа творческой группы на этом этапе состоит из нескольких частей: отбора наиболее эффективных методических приемов для освещения подтем, методических приемов, которые рекомендуются в зависимости от экскурсионной аудитории (взрослые, дети), времени проведения экскурсии (зима, лето, день, вечер), особенностей показа; определения приемов сохранения внимания экскурсантов и активизации процесса восприятия экскурсионного материала; выработки рекомендаций по использованию выразительных средств в речи экскурсовода; отбора правил техники ведения экскурсии. Не менее важно определить технологию использования методических приемов.

Определение техники ведения экскурсии

Техника ведения экскурсии объединяет все организационные вопросы экскурсионного процесса. Авторы автобусной экскурсии, например, тщательно продумывают, когда и где экскурсанты выходят для осмотра объекта, как происходит передвижение экскурсантов между объектами, как и когда демонстрируются экспонаты "портфеля экскурсовода" и т. д. Соответствующие записи вносятся в графу методической разработки "Организационные указания". Эти указания адресованы и водителю автобуса. Например, в каком месте поставить автобус, где необходимо ехать медленнее для наблюдения объекта из окна. Отдельные указания относятся к экскурсантам (соблюдение правил безопасности на улице, выхода из автобуса, размещения в салоне). Важно сформулировать рекомендации об использовании пауз в экскурсии; о соблюдении времени, отведенного на освещение подтем, организацию ответов на вопросы экскурсантов; о технике использования экспонатов "портфеля"; о порядке возложения венков и т. д. Не менее важны указания о месте экскурсовода при показе объектов, руководстве самостоятельной работой экскурсантов на маршруте, проведении рассказа при движении автобуса.

Составление методической разработки

Методическая разработка - документ, который определяет, как провести данную экскурсию, как лучше организовать показ памятников, какую методику и технику ведения следует применить, чтобы экскурсия прошла эффективно. Методическая разработка излагает требования экскурсионной методики с учетом особенностей демонстрируемых объектов и содержания излагаемого материала. Она дисциплинирует экскурсовода и должна отвечать следующим требованиям: подсказать экскурсоводу пути для раскрытия темы; вооружить его наиболее эффективными методическими приемами показа и рассказа; содержать четкие рекомендации по вопросам организации экскурсии; учитывать интересы определенной группы экскурсантов (при наличии вариантов экскурсии); соединять показ и рассказ в единое целое.

Методическая разработка составляется на каждую тему экскурсии, в том числе и при дифференцированном подходе к подготовке и проведению экскурсии. В вариантах методической разработки находят отражение возрастные, профессиональные и другие интересы экскурсантов, особенности методики ее проведения. Оформление методической разработки происходит следующим образом: - на титульном листе располагаются данные: наименование экскурсионного учреждения, название темы экскурсии, вид экскурсии, протяженность маршрута, продолжительность в академических часах, состав экскурсантов, фамилии и должности составителей, дата

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

утверждения экскурсии руководителем экскурсионного учреждения. - на следующей странице излагаются цель и задачи экскурсии, схема маршрута с указанием объектов и остановок во время экскурсии. Методическая разработка состоит из трех разделов: вступления, основной части и заключения. Вступление и заключение не разносятся по графам. Вот, например, как выглядят рекомендации экскурсоводу о построении вступления в методической разработке экскурсии на тему - "Тюмень - ворота в Сибирь": "Прежде всего необходимо познакомиться с группой, назвать имена экскурсовода и водителя, затем напомнить экскурсантам правила поведения в автобусе, предупредив их, что задавать вопросы и делиться впечатлениями они смогут, когда будет представлено время для этого. В информационной части необходимо назвать тему, маршрут, продолжительность экскурсии, но желательно это сделать так, чтобы вызвать интерес к теме; привлечь внимание экскурсантов, т. е. эта часть вступления должна быть яркой, эмоциональной. Она может начинаться стихами А.С. Пушкина или цитатой - высказыванием декабристов о несметных богатствах Сибири, большом будущем этого сурового края". Место посадки группы определяется в рабочем порядке совместно с заказчиком, место начала экскурсии определяется методической разработкой.

Таблица 3.1 Образец методической разработки экскурсии

Маршрут	Остановка	Объекты показа	Время	Наименование подтем и перечень основных вопросов	Организационные указания	Методические указания
Новая Басманная ул. - М. Разгуляй - Бауманская ул.	Проездом	Новая Басманная ул.; собор св. Павла; д. № 16 на Новой Басманной ул., д. № 2 на Спартаковской ул.		Подтема I: Пушкинская Москва 1. Бывшая Немецкая слобода - один из аристократических районов Москвы XVIII-XIX вв. 2. Новая Басманная ул. - уголок Пушкинской Москвы	Рассказ ведется при замедленном движении автобуса	1. Использовать прием репортажа, давая характеристику бывшей Немецкой слободы. Соблюдать синхронность рассказа и показа объектов, расположенных на разных улицах 2. Характеризуя облик Немецкой слободы конца XVIII в., когда здесь поселились Пушкины, использовать для показа планировку и застройку Новой Басманной ул.



						Использовать в рассказе названия переулков, по которым проходит маршрут, для характеристики прошлого. Упомянуть о сохранившихся на берегу р. Яузы домах вельмож (Лефортовский дворец, Слободской дворец и т. д.)
Бауманская ул., д. 8/10	Остановка во дворе школы им. А. С. Пушкина	Здание школы им. А. С. Пушкина, мемориальная доска с барельефом Пушкина-ребенка на фасаде здания		3. Место рождения поэта 4. "Моя родословная" 5. Детство поэта	Группу вывести из автобуса, подвести к зданию школы, остановиться у мемориальной доски. Затем подвести к памятнику А. С. Пушкина, расположив группу так, чтобы был виден двор школы, памятник, здания слева и справа от него	3. Словесная реконструкция этого уголка Немецкой слободы конца XVIII в. Показать: рельеф двора школы (высохшее русло ручья Кукуй), сохранившиеся флигели (д. 8), напоминающие владение Скворцова, в котором родился А. С. Пушкин. Раскрывая вопросы 4, 5, процитировать отрывки из произведений "Моя родословная" и "Гости съезжались на дачу". Использовать "портфель

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

						экскурсовода" (виды старой Москвы, Лефортово, портреты родных А. С. Пушкина). Вариант логического перехода темы: "В. Л. Пушкин - оказал влияние на формирование литературных вкусов будущего поэта"
--	--	--	--	--	--	--

Эффективность методической разработки зависит от правильного заполнения всех семи граф. Размер разработки - 6-12 страниц машинописного текста. Объем документа зависит от количества экскурсионных объектов, числа подтем, продолжительности экскурсии по времени и протяженности маршрута.

В графе "**Маршрут экскурсии**" называется точка начала экскурсии и окончание I подтемы.

В графе "**Остановки**" называются те точки маршрута, где предусмотрен выход из автобуса; предполагается осмотр объекта из окон автобуса без выхода экскурсантов или предусматривается остановка на пешеходной экскурсии. Не следует делать таких неточных записей, как например: "Набережная реки Волги" или "Центральная площадь". Правильнее записать: "Набережная реки Волги около памятника Н. А. Некрасову".

В графе "**Объекты показа**" перечисляют те памятные места, основные и дополнительные объекты, которые показывают группе на остановке, в ходе переезда или передвижения группы к следующей остановке. В загородной экскурсии объектами показа могут быть в целом город, село, поселок городского типа, а при проезде по маршруту - издали видимые части (высокое здание, башня, колокольня и др.). В городской экскурсии объектами показа могут быть улица или площадь.

Графа "**Продолжительность экскурсии**". Время, которое называется в этой графе представляет собой сумму времени, которое затрачивается на показ данного объекта, рассказ экскурсовода (та часть, когда отсутствует показ) и на передвижение экскурсантов по маршруту к следующей остановке. Здесь же необходимо учитывать время, затрачиваемое на движение вблизи осматриваемых объектов и между объектами.

Графа "**Наименование подтем и перечень основных вопросов**" содержит краткие записи. В первую очередь называется подтема, которая раскрывается на данном отрезке маршрута, в данный отрезок времени, на перечисленных в графе 3 объектах. Здесь формулируют основные вопросы, излагаемые при раскрытии подтемы. Например, в городской обзорной экскурсии в [Полтаве](#) одна из подтем носит название "Полтава в Северной войне между Россией и Швецией". Основные вопросы, которые освещаются в этой подтеме, - "Шведы на Украине" и "Полтавская битва". В подтеме "Новь старого города" раскрываются основные



вопросы: "Жилищное строительство в городе", "Развитие культуры и искусства", "Строительство спортивного комплекса". Количество основных вопросов, входящих в подтему, не должно превышать пяти. В графе "**Организационные указания**" помещают рекомендации о передвижении группы, обеспечении безопасности экскурсантов на маршруте и выполнении санитарно-гигиенических требований, правила поведения участников экскурсии в мемориальных местах и у памятников истории и культуры. Здесь же излагаются требования к экскурсантам по охране природы и правила противопожарной безопасности. В эту графу включают все вопросы, которые входят в понятие "Техника ведения экскурсии". Приведем пример записи: "Группа располагается таким образом, чтобы все экскурсанты видели вход в здание". "На этой остановке экскурсантам предоставляется время для фотографирования". В загородных экскурсиях в эту графу включают указания о санитарных остановках, рекомендации по охране природы, правила передвижения экскурсантов на остановках, особенно вблизи автомагистралей с целью обеспечения их безопасности. При проведении производственных экскурсий, посещения работающих цехов приводятся рекомендации по технике безопасности, выдержки из инструкций администрации предприятия, обязательные правила поведения экскурсантов на предприятии, называются места, где делаются паузы в рассказе и показе. Графа "**Методические указания**" определяет направление всего документа, формулирует основные требования к экскурсоводу по методике ведения экскурсии, даются указания по использованию методических приемов. Например, в экскурсии "Мемориальный комплекс "Хатынь" по объекту "Линия обороны 100-й стрелковой дивизии" даются два методических указания: "При раскрытии подтемы используется прием словесного сравнения, дается справка о военном потенциале фашистской Германии к моменту ее нападения на СССР" и "Рассказ о боях ведется с использованием методического приема зрительной реконструкции места, где проходили боевые действия". Следует указать, где и как применяются методические приемы. В этой графе также излагается вариант логического перехода к следующей подтеме, даются рекомендации по показу материалов "портфеля экскурсовода", включаются советы по использованию движения экскурсантов относительно объектов в качестве методического приема (например, "После наблюдения объекта и рассказа экскурсовода туристы могут самостоятельно продолжить знакомство с объектом", "Экскурсоводу следует объяснять термины...", "При показе поля боя необходимо ориентировать экскурсантов..." и т. д.).

Составление индивидуального текста

Экскурсионная практика исходит из того, что основой рассказа экскурсовода является **индивидуальный текст**, который определяет последовательность и полноту изложения мыслей, помогает экскурсоводу логично строить свой рассказ. Такой текст каждый экскурсовод составляет самостоятельно. Основой для индивидуального текста является контрольный текст.

У всех индивидуальных текстов при наличии хорошего контрольного текста будет идентичное содержание, но различные обороты речи, разные слова, различная последовательность в рассказе, могут быть даже разные факты, подтверждающие одно и то же положение. Естественно, что все экскурсоводы, находясь у одного и того же объекта, будут говорить одно и то же. Не следует прятать контрольный текст от тех, кто разрабатывает новую для себя экскурсию, поскольку над контрольным текстом работала творческая группа наиболее подготовленных экскурсоводов, и готовящий новую для себя тему экскурсовод не сумеет добиться того, что до него было сделано коллективными усилиями. После того, как предварительная работа экскурсовода над новой темой будет закончена (сбор, изучение и первичная обработка



материала), он допускается к ознакомлению с контрольным текстом. Это поможет ему отобрать материал для рассказа, определить оптимальное количество примеров, используемых при освещении подтем, сделать правильные выводы по подтемам экскурсии и целом. Обращение к контрольному тексту, сделанное вовремя, гарантирует более высокий уровень подготовки новичка к экскурсии. Основное отличие индивидуального текста от контрольного состоит в том, что он отражает структуру экскурсии и построен в полном соответствии с методической разработкой экскурсии. Материал размещается в той последовательности, в которой показываются объекты, и имеет четкое деление на части. Каждая из них посвящается одной из подтем. Составленный в соответствии с этими требованиями индивидуальный текст представляет собой готовый для "использования" рассказ. Индивидуальный текст содержит полное изложение того, что следует рассказать на экскурсии. При изложении сущности исторических событий не должно быть сокращений, оценки их значения. Не допускается также упоминание фактов без их датировки, ссылок на источники. В то же время текст этого вида отражает особенности речи "исполнителя". Рассказ экскурсовода состоит как бы из отдельных частей, привязанных к зрительным объектам. Объединяются эти части выводами по каждой подтеме и логическими переходами между подтемами (и объектами). В индивидуальном тексте каждая подтема представляет собой отдельный рассказ, пригодный для использования в ходе проведения экскурсии. Составляя индивидуальный текст, его автору нельзя забывать о логике звучащей речи, о том, что слово и изображение (объект) действуют, как правило, на чувство экскурсантов синхронно. Стремление к живости подачи материала на экскурсии не должно вести к попыткам развлекать экскурсантов. При решении вопроса о сочетании на экскурсии элементов познавательных и развлекательных дело должно быть решено по формуле: максимум познавательного и минимум развлекательного. Особое место в подготовке экскурсии имеет вопрос о легендах. В экскурсиях могут быть использованы только легенды. По своему содержанию оба текста (контрольный и индивидуальный) совпадают. А это означает, что при наличии правильно составленного контрольного текста у всех экскурсоводов, освоивших данную тему, экскурсии бывают "стандартны". Они одинаковы по своему содержанию, совпадают в оценках исторических событий и фактов в выводах, которые делают по отдельным подтемам и по теме в целом. Проводя анализ одного и того же зрительного объекта, экскурсоводы показывают и рассказывают одно и то же. В этом состоит смысл контрольного текста как эталона. Однако при равном содержании экскурсоводы могут использовать разные обороты речи, могут излагать рекомендуемые факты, цифры и примеры в иной последовательности. Индивидуальность экскурсии состоит и в том, что у экскурсоводов, ведущих экскурсию на одну тему, может быть различная степень эмоциональности. Они могут, находясь у одного и того же объекта, использовать различные приемы показа и формы рассказа. Одно и то же положение может быть раскрыто на разных примерах. Текст следует писать от первого лица и выражать свою индивидуальность.

Рассказ и индивидуальный текст

Успех рассказа зависит от того, насколько индивидуальный текст приближен к общепринятой речи, как в нем учтены речевые особенности того конкретного экскурсовода, которому этот текст принадлежит. "Степень воздействия на наше сознание различных текстов зависит от многих причин и условий (логика, доказательность, новизна темы и информации, психологическая установка автора на воздействие или ее отсутствие и т. д.)". Однако не меньшую роль играет речь, ее свойства, структура, особенности. Для индивидуальных текстов почти всех экскурсоводов на одну и ту же тему характерно сходство в содержании и изложении материала, в оценке исторических событий, фактов и



примеров. Однако рассказы всех экскурсоводов индивидуальны. В чем находит свое выражение индивидуальность экскурсовода? Все экскурсоводы, проводя экскурсии по одной теме, рассказывают одно и то же, но говорят по-разному. Их рассказ по содержанию одинаков, а по форме, использованию словарного запаса, эмоциональному уровню различен. Методика требует от экскурсовода, чтобы он при составлении индивидуального текста помнил о существенной разнице между речью лектора и экскурсовода. В ходе экскурсии экскурсовода "торопят" объекты, которые необходимо показать группе. Два-три часа, отведенные на экскурсию, пребывание экскурсантов на ногах и на открытом воздухе вынуждают экскурсовода говорить кратко, четко характеризовать находившиеся перед группой памятники, сжато рассказывать о связанных с ними событиях. Продолжительность рассказа не должна превышать времени, какое памятник способен приковать к себе внимание экскурсантов. Чаще всего это пять-семь минут. Если это время не соблюдается, то никакая живость рассказа, никакие методические приемы не способны восстановить внимание экскурсантов. Не случайно в методической литературе используется термин "язык объекта". Одна из задач экскурсовода состоит в том, чтобы заставить "заговорить" объект.

Техника использования индивидуального текста

Экскурсовод так же, как лектор, может во время экскурсии пользоваться своим индивидуальным текстом. Для удобства пользования им рекомендуется перенести содержание рассказа на специальные карточки, где записываются краткие данные об объекте, основные мысли рассказа, отдельные цитаты, исторические даты. По каждой подтеме заполняется несколько карточек (обычно по числу основных вопросов).

Используя карточки, экскурсовод не читает их содержание в ходе экскурсии, а лишь заглянув в них, припоминает содержание рассказа. Если в экскурсии появляется значительный перерыв между объектами, экскурсовод может еще раз посмотреть карточки, освежить в памяти материал рассказа. Чаще всего карточки в качестве конспекта рассказа используют при подготовке к экскурсии. Исключения составляют те карточки, на которые занесены цитаты и большие отрывки из художественных произведений, содержание которых составляет основу приема литературного монтажа. На экскурсии они зачитываются полностью.

Карточка должна быть удобной для использования. Рекомендуется небольшой размер, примерно четверть листа плотной писчей бумаги, пригодной для длительного применения. Карточки имеют порядковые номера и складываются перед экскурсией с учетом последовательности раскрываемых подтем. Использование на экскурсии карточек является правом каждого экскурсовода, но с приобретением опыта у них отпадает в этом необходимость. То, что карточки находятся под рукой и могут быть в нужный момент использованы, придает экскурсоводу уверенность в своих знаниях.

Наличие индивидуального текста не означает, что он весь должен заучиваться наизусть и доноситься до экскурсантов слово в слово.

Логические переходы

Перед создателями экскурсии стоит задача связать содержание всех подтем в единое целое. Она решается с помощью **логических переходов**, которые должны рассматриваться как важная, хотя и не имеющая самостоятельного значения, часть экскурсии. Хорошо составленные логические переходы придают экскурсии стройность, обеспечивают последовательность в изложении материала, являются гарантией того, что следующая подтема будет восприниматься с интересом.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Часто в экскурсиях при переходе от одной подтемы к другой пользуются **формальными (конструктивными) переходами**. Формальным называется такой переход, который не связан с содержанием экскурсии и не является "переходным мостиком" от одной части экскурсии к другой. (Например, "А теперь проедем по площади", "Сейчас мы с вами последуем дальше", "Давайте осмотрим еще одно примечательное место"). Не следует, однако, отрицать правомерность использования таких переходов вообще и считать их одной из ошибок в экскурсионной работе. В тех случаях, когда передвижение между объектами занимает считанные секунды, такие переходы неизбежны: (Например, "Теперь посмотрите сюда" или "Прошу обратить внимание на памятник, расположенный рядом"). Такие переходы неизбежны при осмотре экспозиций в музеях и на выставках, где залы, тематические разделы и отдельные стенды, посвященные различным подтемам, расположены неподалеку друг от друга. Конструктивный переход, не являясь "переходным мостиком" между подтемами, нацеливает экскурсантов на ознакомление со следующим объектом. Более эффективен **логический переход, увязанный с темой экскурсии**. Такой переход может начаться до передвижения группы к следующей остановке или может закончиться уже на остановке около объекта. Логический переход диктуется не столько особенностями экскурсионного объекта, сколько содержанием самой экскурсии, той подтемы, после которой делается этот переход. Длительность логического перехода обычно равна по времени переезду (переходу) группы от объекта к объекту, но она может быть и больше и меньше.

Прием (сдача) экскурсии

При положительной оценке контрольного текста и методической разработки экскурсии, а также при наличии укомплектованного "портфеля экскурсовода" и карты-схемы маршрута назначается дата приема (сдачи) новой экскурсии. Сдача экскурсии поручается руководителю творческой группы. В случае его отсутствия по болезни или по другим уважительным причинам экскурсию сдает один из членов творческой группы. В приеме (сдаче) экскурсии принимают участие руководители экскурсионного учреждения, методические работники, члены творческой группы и методической секции, где готовилась экскурсия, а также руководители других секций. Прием (сдача) экскурсии носит деловой характер, проводится в форме творческой дискуссии, обмена мнениями, выявления недочетов. Участники приема экскурсии должны быть предварительно ознакомлены с ее контрольным текстом и методической разработкой, схемой маршрута, содержанием "портфеля экскурсовода", списком использованной литературы и т. д.

Утверждение экскурсии

При положительном заключении о контрольном тексте и методической разработке, а также на основании расчета стоимости и определения нормы прибыли новой экскурсии руководителем экскурсионного учреждения издается приказ об утверждении новой экскурсионной темы и списка экскурсоводов, допущенных к ее проведению.

До работы допускаются экскурсоводы, принимавшие активное участие в разработке темы и прослушанные на маршруте или в ходе собеседования. Заключение по собеседованию делает методист экскурсионно-методического отдела. Все другие экскурсоводы, в дальнейшем самостоятельно подготовившие данную тему, проводят пробную экскурсию в обычном порядке. Экскурсоводы (независимо от стажа работы) к проведению экскурсии на новую для них тему допускаются **только при наличии у них индивидуального текста** после прослушивания и издания соответствующего приказа.

Выводы



Обязательная документация по теме. Подготовка новой экскурсионной темы представляет сложный процесс. Эта работа считается завершенной, когда подготовленными будут все необходимые документы. Документация по экскурсионным темам хранится в методическом кабинете.

Таблица 3.2.

Документация, необходимая для каждой темы

№ п/п	Название документа	Содержание документа
1	Список литературы по теме	Перечисляются все книги, брошюры, статьи, которые были использованы при подготовке данной экскурсии
2	Карточки (паспорта) объектов, включенных в маршрут	Сведения, характеризующие экскурсионный объект. Вид памятника, его наименование, событие с которым он связан, место нахождения, краткое описание, авторы и время создания объекта, источники
3	Контрольный текст экскурсии	Подобранный и выверенный по источникам материал, раскрывающий тему. Содержание текста раскрывает подтемы и основные вопросы, служит основой вступления, заключения, логических переходов
4	Индивидуальные тексты экскурсоводов	Материал, изложенный конкретным экскурсоводом в соответствии с методической разработкой, структурой экскурсии, ее маршрутом. Дает характеристику объектов и событий
5	Схема маршрута (карта)	На отдельном листе показан путь следования группы. Обозначены начало и конец маршрута, объекты показа, места для их наблюдения, остановки для выхода группы к объектам
6	«Портфель экскурсовода»	Папка с фотографиями, схемами, картами, чертежами, рисунками, репродукциями, копиями документов, образцы продукции предприятий, другие наглядные пособия
7	Методическая разработка на тему	Рекомендация по проведению экскурсии. Называются методические приемы показа и рассказа, определяется последовательность демонстрации объектов, наглядных пособий, техника ведения экскурсии с учетом дифференцированного подхода к экскурсантам
8	Материалы экскурсии	Материалы по теме: рефераты, справки, таблицы, цифровой материал, выдержки из документов, копии, цитаты из литературных произведений
9	Список экскурсоводов, которые проводят экскурсии по теме	Этот список пополняется по мере допуска к проведению экскурсии новых экскурсоводов

Отчет по практическому занятию 3

1. Краткие сведения о технологических приемах проведения экскурсии
2. Перечень документов по ведению экскурсии (табл. 3. 2)
3. Методические указания по экскурсии (табл. 3.1)
4. Контрольный текст экскурсии



5. Выводы

Контрольные вопросы

1. Что включает в себя подготовка к экскурсии?
2. Каковы основные этапы подготовки экскурсии?
3. Какие основные направления можно выделить в работе по подготовке новой экскурсии?
4. Кому поручается подготовка новой экскурсии?
5. Какова схема экскурсии?
6. Назовите перечень основных документов, необходимых для проведения экскурсии.
7. Что общего и каково различие между контрольным и индивидуальным текстом?
8. Что такое логический переход и какие виды переходов бывают?
9. Каково значение методической разработки?

Практическая работа № 4

Особенности проведения экскурсий в музее.

Цель работы: изучить требования к формированию экскурсий в музее

Особенности методики подготовки и проведения музейной экскурсии.

Главными этапами в подготовке музейной экскурсии являются ознакомление с экспозициями и фондами музеев по теме, отбор и детальное изучение объектов экскурсионного показа и источников, составление маршрута, написание контрольного текста и методической разработки, определение методических приемов.

При определении **цели музейной экскурсии** не следует глобализировать, цель должна быть достаточно узкой, но конкретной и достижимой ("вызвать интерес...", "содействовать воспитанию...", "сообщить знания...").

В музейной практике **экскурсии** также **подразделяются** на обзорные, тематические и специализированные (хотя такое деление и признается условным). **Обзорные экскурсии** - дают общее представление о музее и сведения об истории музея. **Тематические экскурсии**, как правило, имеют ряд вариантов:

- на темы, охватывающие несколько исторических периодов (или залов, соответствующих основным проблемам экспозиции);
- на темы об отдельных исторических периодах или событиях, дающие характеристику жизни и деятельности отдельного лица, коллектива.

Специализированные экскурсии строятся на материале исторических экспозиций для освещения тем и проблем других дисциплин. Например, искусствоведческие, литературные экскурсии в историческом музее (исторический фон литературных произведений, литературные герои и их исторические прототипы). Такие экскурсии увеличивают масштаб деятельности музея, привлекают к нему новые контингенты посетителей.

Тема музейной экскурсии, являясь стержнем, который соединяет все объекты показа в единое целое, предопределяется профилем музея, в других случаях - может зависеть от общей темы городской экскурсии (когда музей или его раздел - часть такой экскурсии).

При подготовке экскурсии по музею необходимо исходить из того, насколько доходчива и универсальна экспозиция. Музейной экспозицией называют



целенаправленный показ не предметов самих по себе, а предметов "музеефицированных", дающих экскурсанту разнообразную информацию, предметов, "конструирующих" контакт с отраженными в них событиями, явлениями. В основе музейной экспозиции должна лежать концепция определяющая содержание экспозиции, принципы отбора предметов и их группировку, композицию, интерпретацию и обосновывать требования к художественным решениям оформления. На экскурсии нельзя нарушать логику построения композиции показом второстепенных предметов. Поэтому, при подготовке экскурсии надо обязательно узнать и изучить метод построения экспозиции, зафиксировать внимание на группировке материалов (предметов). Так как часто, выставленные в музее предметы как бы вступают во взаимодействие, все вместе способствуя выявлению заключенной в них информации.

Содержание музейной экспозиции, от которой зависит структура и объем экскурсии, выбор методических приемов, оказывает прямое влияние на ход подготовки экскурсии. В краеведческом музее, музее истории школы или села материал экскурсии полифоничен (здесь разнородные предметы). В музее, экспозиция которого одноплановая, экскурсия будет носить "монографический" характер.

Отбор и изучение объектов показа - узловый момент подготовки музейной экскурсии. Задача членов творческой группы облегчается тем, что объекты показа - предметы экспозиции - уже изучены и оценены с научной точки зрения. Поэтому при отборе объектов показа рекомендуются следующие показатели:

- *познавательная ценность*, то есть связь объекта с конкретным историческим событием, историческим деятелем;
- *известность (популярность) объекта*, его необычность или уникальность;
- *выразительность объекта*, то есть его взаимодействие с фоном, окружающей его музейной средой.

В целом музейным экспонатам свойственна та особенность, что они оторваны от места своего естественного нахождения и изолированно помещены в музейный зал.

Маршрут музейной экскурсии имеет свою своеобразную заданность, свои стандарты. Он должен отвечать основной идее композиции, проходить по ее "фарватеру", не выходя на второстепенные линии.

Применение "портфеля экскурсовода" в музейной экскурсии почти утрачивает надобность, зато ее результативность находится в прямой зависимости от использования методических приемов показа и рассказа.

Основными приемами рассказа экскурсовода в музейной экскурсии являются приемы *реконструкции и комментирования*. Это объясняется тем, что музейные предметы помещены в залах вне их естественной среды.

Прием реконструкции требует от экскурсовода мастерского изложения фактов, посредством его надо добиваться, чтобы экскурсанты "увидели" эпоху, события. Экскурсовод должен и сам "видеть" то событие, которое он описывает, иначе его рассказ будет напоминать неуместную на экскурсии декламацию, а не яркую, насыщенную красками картину. Большое значение в рассказе - реконструкции имеет привлечение "немых" свидетелей событий - деталей объекта (экспоната), оживляют речь короткие цитаты.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Комментирование используется в качестве пояснений к экспонатам.

Из приемов показа на музейных экскурсиях наиболее успешно применение *предварительного и самостоятельного осмотра, паузы*. Пауза обычно применяется при показе подлинников, когда объект (экспонат) сохранен в первоизданном виде или имеет эстетические достоинства. Закончив показ и рассказ, целесообразно предоставить экскурсантам 2-3 мин для самостоятельного осмотра.

При проведении экскурсии по музейным экспозициям не следует необдуманно применять те приемы, которые присущи только городским экскурсиям (локализации событий и др.)

Правильное соотношение показа и рассказа, а также их приемов, как и в любой экскурсии, является условием высокой эффективности экскурсии в музее.

Требования к контрольному тексту и методической разработке музейной экскурсии традиционны, и останавливаться на них еще раз не имеет смысла.

Исходя из вышеизложенного, в методике подготовки и проведения музейных экскурсий можно выделить следующие **особенности**:

1. Насыщенность экскурсий изученными и атрибутированными объектами показа.
2. Типичность предметной интерпретации общественных явлений и процессов.
3. Особое воздействие музейной среды на познавательные интересы экскурсантов, способствующей на всестороннее их развитие.
4. Выстраивание экскурсии в основном на источниковой базе музея (экспозиции, фонды, литература).
5. Своеобразие выбора и применения методических приемов, так как не "работает" ряд факторов, диктующих применение того или иного приема, например, время проведения экскурсии - зима, лето; день, ночь.
6. Отсутствие, как правило, "портфеля экскурсовода" на экскурсии.
7. Активное использование движения как методического приема, позволяющего выявить наиболее характерные стороны и детали экспозиции и отдельных экспонатов.

Экскурсоводу школьного музея.

(Методические указания)

Одной из самых массовых форм работы в школе являются экскурсии в музей. Экскурсоводом в школе может быть каждый, кто любит музей, кто умеет интересно рассказывать. Но подготовка и проведение экскурсий требует настойчивости и специальных навыков.

1. Выбор темы.

Прежде, чем выбрать тему экскурсии, необходимо просмотреть еще раз экспозицию музея, отметить для себя, какие разделы наиболее интересны, а также посоветоваться с руководителем или Советом музея.

2. Определение цели и задач экскурсии.

Работа над любой новой экскурсией начинается с четкого определения ее цели. Это поможет более организованно вести работу в дальнейшем. Цель экскурсии - это то, ради чего показываются экскурсантам экспонаты музея и другие экскурсионные объекты. Рассказ экскурсовода подчинен той же конечной цели. Назовем несколько целей: воспитание патриотизма, любви и уважения к Родине, общественно-полезному



труду, к другим народам; эстетическое воспитание, а также расширение кругозора, получение дополнительных знаний в различных областях науки и культуры и т.д. Задачи экскурсии - достичь целей путем раскрытия ее темы.

3. Знакомство с темой.

Тема является стержнем, который объединяет все объекты и подтемы экскурсии в единое целое. Отбор объектов при создании экскурсии необходимо проводить, постоянно сверяя свои материалы с темой.

Прежде всего, составляется список экспонатов, которые относятся к теме экскурсии. На каждый экспонат заводится карточка, в которой записывается название экспоната, к какой теме или подтеме он относится, сведения о нем.

Затем составляется список книг, брошюр, статей, опубликованных в газетах и журналах, которые раскрывают тему. В перечне называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы.

Сначала необходимо прочитать книгу, в которой изложена вся тема, и составить краткую летопись основных событий, расположив их в хронологическом порядке по датам и периодам. Это даст возможность связать содержание темы с общим ходом событий, лучше понять значение каждого периода, их связь.

Далее изучаются отдельные вопросы. Здесь необходимо обратить внимание на оценку отдельных событий, их описание, выделяются факты, выдержки из документов и воспоминаний, цитаты, стихи, рассказы об отдельных людях, участниках знаменательных событий. Полученные сведения заносятся на карточки экспонатов и на карточки экскурсовода.

Под цитатами, выдержками из документов, книг, и воспоминаний обязательно указываются авторы статей, книг, их названия, место и год издания, страницы.

Затем выясняется история экспонатов музея, являющихся объектами вашей экскурсии - как проходил поиск материалов, как экспонат попал в музей - эти сведения также заносятся на карточки.

При отборе материала важно соблюдать следующее правило: ничего лишнего, но все о событиях и людях, вещах и документах, которые представлены в экспозиции музея.

После того, как был собран материал о каждом экспонате, можно составлять текст экскурсии.

4. Основные требования к экскурсии.

Продолжительность экскурсии определяется не только содержанием темы, но и способностью слушателей активно воспринимать рассказ. Ребята 1-4-х классов способны это делать 15-20 минут, 5-8-х классов - 30-40 минут, 9-11-х классов - 45-60 минут. Поэтому, обычно, текст экскурсии пишется в расчете на старшеклассников, но в нем сразу отмечаются возможные сокращения в расчете на младший и средний школьный возраст.

Начинающий экскурсовод обычно делает одну из двух типичных ошибок: или излагает содержание своей темы без связи с экспозицией, даже не показывая вещи, или, наоборот, много показывает и рассказывает о каждом экспонате в отдельности, но не раскрывает тему в целом.

Чтобы избежать в построении экскурсии этих ошибок, необходимо соблюдать следующие требования:



- экскурсию нужно строить последовательно по отдельным подтемам и вопросам темы;
- содержание каждого вопроса должно раскрываться путем показа и анализа определенных экспонатов;
- глубокое раскрытие подтем и вопросов требует строгого и последовательного отбора экспонатов, составления маршрута, который бы способствовал подведению экскурсантов к нужным выводам;
- раскрыв одну подтему, следует переходить к другой, не теряя смысловую связь и не прерывая рассказа;
- экскурсию делает интересной эмоциональный, выразительный рассказ, насыщенный новыми фактами, занимательными сведениями об экспонатах, незаметными на первый взгляд чертами вещей и документов.

5. Работа над построением экскурсии.

Разделив свою тему на отдельные подтемы и вопросы, определив их последовательность и внутреннюю связь, необходимо выяснить, как они представлены в экспозиции и обеспечены материалом. Для этого производится отбор нужных для темы экспонатов в соответствии с намеченными подтемами и вопросами. В результате отбора наиболее важных по содержанию экспонатов складывается маршрут экскурсии (путь движения от витрины к витрине, от экспоната к экспонату). После составления маршрута выбираются инвентарные карточки на те экспонаты, которые стали объектами экскурсии. Затем карточки расставляются по намеченному в экскурсии порядку и разделяются заставками на подтемы и вопросы. Начинается период составления рассказа на экскурсии.

Рассказ должен состоять из вступительной беседы, основной части и заключительной беседы.

Во вступительную часть необходимо включить: знакомство с группой; сведения о музее (когда он открыт, чему посвящен, какие проводит экспедиции, экскурсии, интересные мероприятия); название темы экскурсии, ее основные вопросы.

Полезно также узнать, насколько слушатели знакомы с темой: это поможет установить более тесный контакт с группой, избежать ненужных повторений и разобрать ряд вопросов путем предварительной беседы.

Основная часть экскурсии опирается на показ и анализ экспонатов. Рассказ составляется в соответствии с составленным маршрутом, на основе записей в блокноте и на инвентарных карточках. Составлением рассказа лучше заниматься непосредственно в музее, при работе с экспозицией. Особое внимание следует обратить на выводы по подтемам (для удобства последующей работы их можно выписать на отдельные карточки).

Заключительная беседа должна быть достаточно короткой. Здесь подводятся итоги всему рассказу и выясняется, как слушатели усвоили главные вопросы (можно провести небольшую викторину или сделать это в любой другой игровой форме). В заключение обязательно нужно предложить задавать вопросы и пригласить посетить музей еще раз.

6. Оформление текста музейной экскурсии.

Рассказ необходимо оформить в виде текста, оформленного по следующей схеме:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Тема экскурсии _____

Продолжительность экскурсии _____

Составитель _____

Подтемы, вопросы	отдельные	Экспонаты	Содержание экскурсии
---------------------	-----------	-----------	----------------------

Запись в таблице пишется строго горизонтально, так чтобы было полное соответствие и связь между вопросом, экспонатом и рассказом. Названия экспонатов должны соответствовать надписям на этикетках. В графе "Содержание экскурсии" кроме содержания рассказа, необходимо указать, как расставляется группа, логические переходы между объектами показа и т.п.

После написания текста, проводится его хронометраж. То есть, написанный текст зачитывается непосредственно на экспозиции с показом вещей и документов и если он не укладывается в заданное время, производятся сокращения.

После утверждения текста руководителем, одна из копий текста сдается на хранение в музей.

7. Отработка и сдача экскурсии.

После утверждения текста, начинается отработка экскурсии на экспозиции. При этом можно пользоваться своим текстом, но заучивать его наизусть не обязательно.

Экскурсия отрабатывается по частям. Особое внимание следует обратить на показ и анализ экспонатов: на какую деталь предмета, на какое место в документе следует обратить внимание экскурсантов, связан ли показ с рассказом, нельзя ли предложить слушателям сравнить несколько экспонатов или фактов и самим сделать заключение, как лучше по нескольким вещам, документам, фотографиям воссоздать целую картину событий.

При отработке необходимо четко определить места остановок группы, место экскурсовода возле каждой витрины и стенда. Выбирать место следует так, чтобы отсюда можно было показать все необходимые экспонаты.

В зависимости от определения места экскурсовода около витрины или стенда, указка находится в правой или левой руке, так, чтобы экскурсовод всегда находился лицом к слушателям.

Перед сдачей экскурсии руководителю ее можно провести для своих товарищей. Сдача экскурсии носит деловой характер, проводится в форме творческой дискуссии, обмена мнениями, выявления недочетов. Участники приема экскурсии должны быть предварительно ознакомлены с ее текстом, схемой маршрута, списком использованной литературы и т. д.

8. Дальнейшая работа над экскурсией.

Самое страшное для экскурсовода - остановиться на одном месте, выучить наизусть свою тему и механически повторять ее снова и снова. Для того чтобы этого избежать, необходимо продолжать изучать выбранную тему: следить за новыми книгами и поступлениями в музей, собирать дополнительный материал и сведения об экспонатах, читать газеты и журналы, расширять свой кругозор.

При проведении экскурсий следует обращать внимание на то, какие разделы и материалы пользуются у слушателей большим интересом, а какие проходят мимо их внимания и делать из этого соответствующие выводы.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

Также необходимо постоянно совершенствовать свое мастерство: посещать музеи, слушать других экскурсоводов, запоминать интересные факты, отмечать удачные приемы показа и анализа экспонатов, работы с группой.

Расчет пропускной способности музея

Пропускная способность музея устанавливается как количество посетителей музея в год, или в месяц, или в день.

Рассчитывается пропускная способность W как отношение числа посетителей к единице времени.

$$W = \frac{N_{\text{п}}}{T_{\text{см}}} \quad (1)$$

где $N_{\text{п}}$ – число посетителей в смену (день); $T_{\text{см}}$ – длительной рабочего дня, час.

$$0 < N_{\text{п}} < N_{\text{max}}$$

Максимально-возможное число посетителей N_{max} музея устанавливается исходя из проектных возможностей музея, которая устанавливается из условий соблюдения санитарно-производственных норм, технических регламентов по безопасности и обеспечения комфортных условий пребывания в музее. Так при экспозиционной площади на одного посетителя $S_{\text{п1}}=3 - 4 \text{ м}^2$ и общей площади экспозиций $S_{\text{общ}}$

$$N_{\text{max}} = \frac{S_{\text{общ}}}{S_{\text{п1}}} \quad (2)$$

Максимальное число посетителей музея в день $N_{\text{п}}$ устанавливается исходя из технологических возможностей проведения экскурсии в музея устанавливается из выражения

$$N_{\text{п}} = N_{\text{max-гр}} \frac{T_{\text{см}}}{\Delta t_{\text{max}}} \quad (3)$$

где $N_{\text{max-гр}}$ - максимально-допустимая численность экскурсионной группы устанавливается из выражения (2) для регламентации осмотра минимального по площади экспозиции; Δt_{max} - максимальный интервал времени в последовательности начала между экскурсиями принимается для соблюдения наложения экскурсии при наиболее продолжительном осмотре экспозиции (ее объекта)

$$\Delta t_{\text{max}} = \max(t_{i \text{ок}} - t_{i \text{н}})$$

где $t_{i \text{ок}}$, $t_{i \text{н}}$ – окончание и начало проведение экскурсии по i -му объекту экспозиции (залу), $i = 1 \dots n$.

Общая продолжительность экскурсии в музее устанавливается из уравнения

$$T_{\text{ЭК}} = \sum_{i=1}^n (t_i + \Delta t_i) \quad (4)$$

где $t_i = t_{i \text{ок}} - t_{i \text{н}}$ – продолжительность проведение экскурсии по i -му объекту экспозиции; Δt_i - время перехода от одного объекта экспозиции к другому.

Начало первой экскурсии может быть с первых минут работы музея, а время начала $t_{\text{нач эк}}$ последней экскурсии в рабочем дне должно предусматривать ее прохождения до времени $t_{\text{зак}}$ закрытия музея

$$t_{\text{нач эк}} = t_{\text{зак}} - T_{\text{ЭК}} \quad (5)$$

Маршрут осмотра может быть принудительным, свободным или представлять их сочетание.



Принудительный график с обязательным посещением всех разделов в определенной последовательности характерен для дидактических экспозиций, в меньшей степени для художественных музеев.

Последовательность осмотра желательно организовывать слева направо и сверху вниз при многоуровневом построении экспозиции.

Маршрут осмотра и система освещения могут стать определяющими моментами в построении композиционных схем.

Данные по маршруту проведения экскурсии переносятся в таблицу 1.

Таблица 1. Параметры маршрута проведения экскурсии

№	Наименование объекта	Продолжительность проведения экскурсии по i-му объекту экспозиции t_i , мин	Время перехода Δt_i , мин	Начало	Окончание
1					
2					
n					

Отчет содержит:

1. Описание музейной экскурсии
2. Расчет пропускной способности музея исходя из данных по его работе.
3. Максимально-допустимое количество туристов в группе при проведении экскурсии
4. Период работы музея на прием групповых экскурсий
5. Выводы

Интерактивные практические занятия

Раздел. 1. Организация и технологии оказания различных туристских услуг (3 курс)

Тема занятия: **Организация и технологии турагентской деятельности инновационные технологии в турагентской деятельности**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Функции современных туроператоров.
2. Отличие туроператора от турагента.
3. Миссия и цели туроператора.
4. Основные направления и формы работы турфирм.
5. Виды туроперейтинга.
6. Классификация туроператоров.
7. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
8. Профиль работы туроператоров.
9. Законы и иные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность туроператора.
10. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Тема занятия: **Организация и технологии гостиничной деятельности; инновационные технологии в гостиничной деятельности.**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в любой стране мира.
2. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в России..
3. Основные особенности, проблемы и перспективы развития гостиничной отрасли в регионах РФ.
4. Рынок гостиничных услуг в Москве и в Санкт-Петербурге
5. Рынок гостиничных услуг в республике, крае, области, городе(родине студента)
6. Системы классификации средств размещения в разных странах мира.
7. Национальные системы классификаций
8. Классификация средств размещения в РФ
9. Характеристика гостиничных цепей.
10. Виды классификаций гостиниц и других

Тема занятия: **Организация и технологии услуг развлечения; инновационные технологии в организации досуговой деятельности.**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Функции, виды и типология досуга.
2. Досуг в истории мировой культуры.
3. Специфика организации досуга для разных возрастных групп.
4. Роль различных видов искусства и художественной литературы в досуговой деятельности.
5. Анимация в культурном туризме.
6. Анимация в экскурсионном сервисе.
7. Анимация в музеях.
8. Анимация в агротуризме.
9. Анимация в санаторно-курортном деле и рекреации.
10. Анимация в спортивно-оздоровительных комплексах

Тема занятия: **Организация и технологии деятельности предприятий питания; инновационные технологии в деятельности предприятий питания.**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания (г. Москвы, Московской области, региона, страны)
2. Состояние и перспективы развития конкретного сегмента (быстрого питания, предприятий национальной кухни, предприятий питания для детей и т.д.) рынка услуг предприятий питания (г. Москвы, Московской области, региона, страны)
3. Особенности организации диетического и лечебного питания
4. Особенности организации питания спортсменов (занимающихся конкретным видом спорта)
5. Особенности организации питания на транспорте (железнодорожном, водном, воздушном)
6. Пищевые религиозные обряды и особенности организации питания верующих или паломников



7. Традиции питания разных народов и особенности организации питания иностранных туристов в гостинице

7. Организация работы складского хозяйства предприятий с полным производственным циклом, заготовочных, доготовочных. Функции кладовщика.

8. Роль и значение тарного хозяйства. Классификация и виды тары. Стандартизация тары. Организация работы с тарой. Мероприятия по снижению потерь по таре.

9. Классификация транспортных средств. Транспортные тарифы, их виды и выбор.

10. Условия создания цехов, их классификация и взаимосвязь. Бесцеховая структура, ее целесообразность.

Тема занятия... **Технологии в деятельности предприятий транспорта.**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Воздушный Кодекс Российской Федерации.
2. Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации.
3. Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта.
4. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации.
5. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации.
6. Характеристика отдельных отечественных авиакомпаний (Аэрофлот – международные авиалинии, Трансаэро, Пулково, Красэйр и т.д.).
7. Характеристика отдельных зарубежных авиакомпаний (KLM, British Airways, Luftganza, Air France и др.).
8. Новые технологии, используемые при перевозке туристов различными видами транспорта.
 9. Сервис для пассажиров при перевозке различными видами транспорта.

Тема занятия... **Организация и технологии экскурсионной деятельности; инновационные технологии в экскурсионной деятельности**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Основные термины и понятия экскурсионной деятельности.
2. Цели и задачи экскурсии.
3. Признаки экскурсии, определяющие её специфику.
5. Классификация экскурсий по различным признакам и их краткая характеристика.
6. Компоненты, специфика и особенности классификационных групп экскурсий.
7. Процесс подготовки экскурсии. Направления по подготовке новой экскурсии.
8. Этапы подготовки новой экскурсии. Требования к отбору экскурсионных объектов.
9. Виды экскурсионных маршрутов и требования к ним.
10. Составление «портфеля» экскурсовода.

Вид контрольного задания: презентация результатов индивидуальных заданий по темам раздела.

Пример контрольного задания: подготовка и презентация доклада на тему :

1.1. Организация и технологии турагентской деятельности инновационные технологии в турагентской деятельности;

1.2. Организация и технологии туроператорской деятельности инновационные технологии в туроператорской деятельности

1. Основные и специфические характеристики туристских услуг.



2. Источники турпродукта.
3. Экономическая сущность турпродукта.
4. Особенности структуры турпродукта.
5. Элементы и уровни турпродукта.
6. Соотношение понятий «турпродукт», «тур», «туристский маршрут», «туристский пакет».
7. Варианты турпакетов.
8. Особенности индивидуальных и групповых туров.
9. Особенности организации заказных и инклюзив – туров.
10. Классы туристского обслуживания.
11. Жизненный цикл туристского продукта.

Тема занятий: **Организация и технологии услуг развлечения; инновационные технологии в организации досуговой деятельности**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Анимация в гостиничном сервисе.
2. Анимация в ресторанном сервисе.
3. Сценарии анимационных программ для вечеров общения и танцевальных вечеров.
4. Моделирование игр под цели и условия анимации.
5. Проведение викторин, конкурсов, игр и развлечений.
6. Сценаристика анимации при занятиях боулингом, бильярдом, теннисом.
7. Сценаристика анимации у воды и на воде.
8. Сценаристика анимации в фитнес-центрах, вокруг русской бани, сауны, солярия.
9. Сценаристика для стилизованных застолий, корпоративных мероприятий в ресторане, юбилеев.
10. Сценаристика для новогодних, рождественских мероприятий, народных национальных праздников.

Тема занятия: **Организация и технологии деятельности предприятий питания; инновационные технологии в деятельности предприятий питания**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Назначение и оформление торговых залов, банкетных залов, коктейль-холлов, аванзалов, вестибюля, гардероба, буфетов и раздаточных.
2. Классификация и характеристика мебели, столовой посуды и приборов (фарфоро-фаянсовая, керамическая, гончарная, деревянная, стеклянная, металлическая, пластмассовая), столового белья. Нормы оснащения.
3. Дизайн меню и карты вин. Порядок разработки и утверждения меню.
4. Характеристика отдельных видов меню (со свободным выбором блюд, меню комплексных завтраков, обедов и ужинов).
5. Виды услуг питания в гостиничных предприятиях: полный пансион – (FB); полупансион – (НВ); одноразовое питание (завтрак) – (ВВ), все включено в стоимость – All inclusive т.д., особенности предоставления.
6. Формы и методы обслуживания («а ля карт», «а парт», «табльдот», шведский стол, буфетное обслуживание), их характеристика.
7. Виды завтраков и их характеристика. Учет особых привычек иностранных гостей при



организации завтраков.

8 Выбор формы и метода обслуживания в зависимости от типа и класса предприятия питания и гостиничного предприятия.

9 Особенности обслуживания отдельных видов банкетов.

10. Виды сервиса: французский, английский, немецкий, американский, русский), их характеристика. Требования к персоналу.

Тема занятий: Технологии в деятельности предприятий транспорта.

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Особенности проката автомобилей в России и зарубежом.
2. Анализ транспортной инфраструктуры Германии
3. Анализ транспортной инфраструктуры Финляндии
4. Анализ транспортной инфраструктуры Норвегии
5. Анализ транспортной инфраструктуры Испании
6. Анализ транспортной инфраструктуры Швеции
7. Анализ транспортной инфраструктуры Португалии
8. Анализ транспортной инфраструктуры Великобритании
9. Анализ транспортной инфраструктуры Италии
10. Анализ транспортной инфраструктуры Австрии

Тема занятий: Организация и технологии экскурсионной деятельности; инновационные технологии в экскурсионной деятельности

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Перечень документов, необходимых для проведения сертификации услуг по организации экскурсий.
2. Проведение пробной экскурсии. Значение и характеристика карточки прослушивания экскурсии. Процесс утверждения экскурсии.
3. Характеристика тематических экскурсий.
4. Классификация методов показа экскурсионных объектов и их характеристика.
5. Классификация и характеристика методических приемов рассказа.
6. Особые методические приёмы проведения экскурсий.
7. Кризисы внимания и пути их преодоления.
8. Техника ведения экскурсий.
9. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
10. Правила туристско-экскурсионного обслуживания на автобусных маршрутах и турах.

Раздел 2. Методическое и информационное обеспечение проектирования туристских услуг; методическое обеспечение расчетов стоимости туристских услуг и продуктов.

Тема занятий: Информационное обеспечение туристской деятельности

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Структура и классификация автоматизированных информационных систем туристических фирм
2. Роль и место сети Интернет в туристическом бизнесе
3. Автоматизированные системы управления гостиницами. Особенности зарубежных систем

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

4. Глобальные компьютерные системы бронирования
5. Автоматизация деятельности туристических фирм. Информационные системы и технологии, используемые в офисе туроператоров
6. Системы автоматизированной обработки данных в гостиничной деятельности
7. Автоматизированные системы бронирования в международном туризме.
8. Использование информационных технологий в туризме
9. Автоматизированные системы управления туристическими предприятиями
10. Системы компьютерного бронирования и резервирования

Тема занятий: **Системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Туристский рынок: его особенности и характеристики и основные элементы.
2. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования туристского рынка.
3. Уровни анализа туристского рынка.
4. Стратегии конкурентной борьбы в практике туроперейтинга.
5. Маркетинговое исследование потребительского рынка и дифференциация туров операторов.
6. Факторы, образующие маркетинговую среду туроператора.
7. Факторы внешней и внутренней среды туроперейтинга.
8. Критерии сегментирования туристского рынка.
9. Позиционирование и его цели.
10. Позиционирование туров и туроператоров.

Тема занятий: **Калькуляция стоимости туристских услуг**

Перечень вопросов для обсуждения:

1. Цена и ее функции. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
2. Уровни ценообразования в туроперейтинге.
3. Факторы от которых зависит цена продажи на туристские услуги.
4. Ценовая политика и ее этапы..
5. Методы ценообразования.
6. Себестоимость турпродукта и ее затраты.
7. Примерная структура себестоимости турпродукта.
8. Калькуляционные статьи, по которым группируются затраты туроператора.
9. Классификация затрат туроператора.
10. График безубыточности туристского продукта.

Раздел 3. Технологии и организация видов туризма: по направлению потоков, по мотивам путешествия. (4 курс)

Тема 1. Общая характеристика рынка въездного туризма на современном этапе и перспективы его развития

Ведущие российские фирмы-рецептивы: анализ деятельности, география приема

Вопросы, обсуждаемые на занятии:

1. Определение инкаминга как вида туристической деятельности.
2. Экономическое значение въездного туризма: отраслевые и макроэкономические критерии оценки.
3. Особенности статистического учета прибытий мировом и российском туризме.
4. Специфика и статистика въездного туризма.



5. Ведущие тенденции и принципы развития международного туризма; определяющие принципы развития въездного туризма.
6. Место РФ в индустрии мирового въездного туризма.
7. Прогнозы международных экспертов по развитию въездного туризма в России.
8. Какие географические, климатические и экономические условия РФ обуславливают развитие въездного туризма в РФ?
9. Каковы отличительные особенности рецептивной турдеятельности и какую связь с относительно небольшим количеством рецептивных фирм-туроператоров они имеют?
10. Назовите крупнейшие российские рецептивные турфирмы и охарактеризуйте их рецептивную турдеятельность.

Принимающая страна – конкурент России на рынке въездного туризма.

Вопросы, обсуждаемые на занятии:

1. Структура въездного туризма в РФ, оценка спроса на туры в Россию.
2. Статистика въездов в РФ.
3. Проблемы въездного туризма в РФ.
4. Причины, препятствующие развитию въездного туризма.
5. Основные меры по их преодолению.
6. Характеристика особенностей российского въездного туризма.
7. Характеристика стран со сходными с российскими особенностями въездного туризма.
8. Характеристика особенностей инкаминговой деятельности в странах – конкурентах России.
9. Статистика въездного туризма в странах – конкурентах России.
10. Российская Федерация не относится к странам классического пляжного отдыха

Тема 3.

Государственно-правовое регулирование въездного туризма. Туристские формальности во въездном туризме

Анализ ФЗ РФ «О правовом положении иностранных граждан, пребывающих на территории РФ»

Вопросы, обсуждаемые на занятии:

1. Законодательство РФ в сфере въездного туризма.
2. Регулирование отношения сторон во въездном туризме.
3. Порядок получения виз для въезда в РФ, правила пребывания иностранных граждан на территории РФ.
4. Особенности валютных и таможенных формальностей во въездном туризме в РФ.
5. Как определяет ФЗ понятие «иностранец», какие еще важные для въездного туризма формулировки имеются в законе.
6. Каков правовой статус иностранного гражданина, временно находящегося на территории РФ.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС

7. Каковы возможные причины депортации иностранного гражданина с территории РФ.

8. Какие документы удостоверяют личность и цель визита иностранного гражданина в РФ.

9. В какие сроки происходит регистрация иностранных туристов на территории РФ?

Тема 1. Мировой рынок международного туризма. Основные черты и проблемы развития мирового туризма.

Практическое занятие 1. Мировой рынок международного туризма. Основные черты и проблемы развития мирового туризма.

Туризм как системный объект изучения. Определения международного туризма. Этапы развития и становления современной системы мирового туризма. Экономическое значение туризма. Туризм в эпоху глобализации и постфордизма. Структурные изменения рынка международного туризма в условиях глобализации.

Роль туризма в мировом хозяйстве и в национальном хозяйстве стран мира. Социокультурное значение туризма. Роль туризма в предотвращении социокультурных и экологических проблем.

1.

Студент должен знать:

- Основные элементы туризма как системы;
- Нормативно-правовую основу международного туризма;
- Основные развития и становления современной системы мирового туризма.

Студент должен уметь:

- пользоваться нормативно-правовой документацией по данному вопросу;
- дать характеристику структуры туристской сферы;
- подбирать материал для оформления компьютерной презентации данной темы семинарского занятия.

Студент должен владеть:

- основной терминологией по указанному вопросу
- умением работать с законодательными документами
- навыками систематизации аналитического материала.

Тема 2. География международного туризма.

Практическое занятие 2. География международного туризма.

На на практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Характеристика мировых туристских потоков.
2. Территориальная организация международного туризма.
3. Географические факторы в развитии мирового туризма.
4. Понятие «дестинация».
5. Центрально-периферическая модель мирового туризма.
6. Туристская типология стран мира.
7. География мировых туристских потоков.



Студент должен знать:

- Географию основных мировых туристских потоков;
- Туристскую типологию стран мира;
- Географические факторы в развитии мирового туризма;

Студент должен уметь:

- формулировать характерные особенности туристских дестинаций
- обобщать и систематизировать факторы, влияющие на процесс изменения географии туристских потоков

Студент должен владеть:

- основной терминологией по данному вопросу
- навыками работы со статистической документацией
- умением систематизировать информацию в виде компьютерной презентации

Тема 3. Классификация видов туризма и их значимость в перспективном развитии отрасли.

Практическое занятие 3. Классификация видов туризма и их значимость в перспективном развитии отрасли.

На практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Классификация туризма по различным признакам;
2. классификация туризма по модели WTO.
3. Классификации по видам туристской деятельности,
4. классификация по географическому признаку,
5. классификация по целям,
6. классификация по способам транспортировки,
7. классификация по продолжительности поездки,
8. классификация по сегментам туристского рынка,
9. классификация по сезонам.

Студент должен знать:

- принципы классификации туризма
- принятые схемы классификации видов туризма

Студент должен уметь:

- классифицировать туризм по различным параметрам
- используя статистические данные, делать выводы относительно перспектив развития того или иного вида туризма в той или иной дестинации
- систематизировать потоки туристов по различным критериям

Студент должен владеть:

- основными понятиями и определениями темы
- типологией туристских потоков для общения с клиентами
- умением систематизировать информацию в виде компьютерной презентации

Тема 4. Туризм с целью отдыха и развлечений.

Практическое занятие 4. Туризм с целью отдыха и развлечений.



На практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Пляжный, экскурсионный туризм (культурно-исторический, природно-экологический), альтерсайтинг.
2. Современные особенности и география пляжного туризма.
3. Тематический парки как один из важнейших секторов мирового туризма.
4. География тематических парков Европы и США.
5. Сектор развлечений в международном туризме.
6. Основные туристские регионы и дестинации.
7. Важнейшие туристские потоки.
8. Историко-культурное районирование мира.
9. Роль объектов ВКН и ВПН в развитии экскурсионного туризма.

Студент должен знать:

- основные особенности сегментации рынка услуг
- основные методы и приемы позиционирования гостиничного продукта
- роль PR-деятельности в процессе реализации гостиничного продукта

Студент должен уметь:

- использовать основные принципы сегментации рынка услуг при оценке потребительского спроса
- оценить роль маркетинговых программ в процессе формирования и реализации услуг
- оценить роль PR- деятельности в гостиничном бизнесе

Студент должен уметь:

- использовать маркетинговый инструментарий в процессе организации обслуживания
- сформулировать основные этапы позиционирования услуги
- систематизировать основные критерии сегментации рынка услуг

Студент должен владеть:

- основными терминами и определения темы
- умением систематизировать информацию в виде компьютерной презентации
- информацией о наиболее известных и масштабных PR- акциях, используемых в практике гостиничного хозяйства.

Тема 5 . Лечебно-оздоровительный туризм.

Практическое занятие 5. Лечебно-оздоровительный туризм.

На практическом занятии обсуждаются вопросы:

1. Сущность, особенности и место лечебно-оздоровительного туризма в отраслевой структуре туризма.
2. Организационные особенности (на основе договорных обязательств).
3. Виды лечебно-оздоровительного туризма: медицинский, оздоровительный.
4. Современное состояние и прогноз развития лечебно-оздоровительного туризма.

Студент должен знать:

- определение понятий лечебно-оздоровительного туризма.
- виды лечебно-оздоровительного туризма
- методы лечебно-оздоровительного туризма

Студент должен уметь:

- систематизировать различные показатели развития лечебно-оздоровительного туризма
- формулировать организационные особенности
- дать прогноз развития лечебно-оздоровительного туризма.



Студент должен владеть:

- основными терминами и определениями дисциплины по типологии туризмариал
- навыками работы с нормативно-правовой документацией

Тема 6. Типология современных курортов.

Практическое занятие 6. Типология современных курортов.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Основные курортные регионы мира.
2. Характеристика лечебных свойств курортов по регионам и странам мира.
3. Классификация курортов мира, виды курортов по лечебным факторам.
4. Курортный комплекс как разновидность природной рекреационной системы.
5. Жизненный цикл курортного комплекса.
6. SP-туризм.

Студент должен знать:

- основные принципы курортного дела
- классификацию основных средств размещения и гостиничных номеров в курортных центрах.
- основные мировые курортные дестинации

Студент должен уметь:

- оценить фазу жизненного цикла курортного комплекса
- по ряду признаков дать характеристику основным средствам размещения
- определять и обосновывать требования к SP-туризму

Студент должен владеть:

- общей терминологией данной темы
- знаниями о мировых курортных дестинациях
- навыком использования технической и нормативно-правовой литературы для помощи потенциальным клиентам с поиском дестинаций, конкретных средств размещения, набора предоставляемых услуг

Тема 7. Религиозный туризм.

Практическое занятие 7. Религиозный туризм.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Виды религиозного туризма - паломничество и религиозно-познавательный туризм.
2. Религиозный туризм в различных конфессиях.
3. Основные мировые центры религиозного туризма.
4. Религиозный туризм и диалог цивилизаций.
5. Политические и геополитические особенности современного религиозного туризма.
6. Современное состояние, проблемы и прогноз развития религиозного туризма.

Студент должен знать:

- основные дестинации религиозного туризма
- специфику организации паломничества в различных мировых и национальных религиях
- современное состояние рынка религиозного туризма



Студент должен уметь:

- оценить визовые, транспортные и прочие сложности, связанные с предполагаемой паломнической поездкой
- приводить примеры отечественных фирм, занимающихся организацией религиозного туризма
- четко формулировать базовые цели видов религиозного туризма.

Студент должен владеть:

- общей терминологией данной темы
- нормативно-правовой базовой, требуемой в ходе организации паломнических и религиозно-познавательных поездок в пределах РФ и за рубежом

Тема 8. Санитарно-гигиенические требования к содержанию помещений.

Практическое занятие 8. Обеспечение безопасных и комфортных условий проживания в гостиницах.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Понятие безопасности и комфортности жилой среды. Основные показатели безопасности и комфортности.
2. Санитарно-гигиенические требования, предъявляемые к жилым и производственным помещениям гостиницы.
3. Санитарно - гигиенические требования, предъявляемые к техническому оборудованию гостиницы.
4. Электробезопасность жилых и производственных помещений гостиницы. Методы и способы обеспечения электробезопасности.
5. Пожаробезопасность жилых и производственных помещений гостиницы. Методы и способы обеспечения пожаробезопасности.
6. Нормативно-техническая и законодательная база обеспечения безопасности и комфортности жилых и производственных помещений гостиниц.
7. Наиболее известные случаи возникновения пожаров и других ЧС в практике мирового гостиничного бизнеса.
8. Влияние оптимального микроклимата на самочувствие человека.
9. Влияние освещенности на здоровье человека.
10. Современные технические системы обеспечения безопасной и комфортной среды.

Студент должен знать:

- основные показатели безопасности и комфортности среды
- методы и способы обеспечения пожаробезопасности
- методы и способы обеспечения электробезопасности

Студент должен уметь:

- классифицировать источники опасности
- формулировать совокупность санитарно-гигиенических требований, предъявляемых к производственным и жилым помещениям гостиниц
- правильно подбирать необходимую по данной проблеме нормативно-техническую и правовую документацию

Студент должен владеть:

- общей терминологией данной темы
- основными понятиями курса «БЖД. Обеспечение безопасности в туризме»
- знаниями о современных технических системах обеспечения безопасной и комфортной среды.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Тема 9. Экологический туризм.

Практическое занятие 9. Экологический туризм.

Вопросы для обсуждения на практическом занятии:

1. Основные принципы развития мирового экологического туризма.
2. Основные мировые дестинации.
3. Разнообразие форм и способов организации экологического туризма.
4. Комплексная характеристика потребностей клиентуры.
5. Национальные парки, заповедники, природные парки как объекты экологического туризма
6. Экологический туризм вне особо охраняемых природных территорий.
7. Региональные и национальные модели экологического туризма
8. Мировые, региональные и национальные тенденции и проблемы развития экологического туризма.
9. Роль экологического туризма в устойчивом развитии территории.

Студент должен знать:

- принципы экотуризма
- главные модели экологического туризма
- основные характеристики потребителей продуктов экологического туризма
- основные характеристики предложения на отечественном и ведущих зарубежных рынках

Студент должен уметь:

- на основе услышанных предпочтений потенциального клиента делать вывод о приемлемости для него экологических туров и программ
- дать прогноз развития экологического туризма в ведущих туристских регионах мира
- использовать наиболее картосхемы для планирования возможных маршрутов экологических туров и программ.

Студент должен владеть:

- общей терминологией данной темы
- техническими навыками для поиска и обработки информации

Раздел 4. Технологии продаж

Тема «Электронные продажи в туризме»

Практическое занятие 10.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Введение в электронные продажи в туризме. Изучение и сравнение туристских ресурсов различных видов: туристский портал региона/города/страны, информационный туристский портал, профессиональный туристический портал, сайты систем поиска и бронирования туров, сайт туроператора, сайт турагентства.

Цель занятия: дать студентам представление о целях и задачах дисциплины.

Практические навыки: умение классифицировать туристские интернет-ресурсы, разрабатывать критерии оценки интернет-сайтов различных видов и проводить сравнительный анализ по разработанным критериям.

Продолжительность занятия – 90 минут.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС <hr/>

Практическое занятие 11.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Электронные системы бронирования в туризме. Просмотр презентаций и обучающих видео-роликов по работе в электронных системах бронирования. Самостоятельный поиск гостиницы по заданным параметрам в демонстрационных версиях систем бронирования.

Цель занятия: ознакомить студентов с существующими электронными системами бронирования в сфере гостиничных услуг.

Практические навыки: умение грамотно задавать условия поиска гостиничных услуг, осуществлять процедуру бронирования и оформления документов.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 12.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Электронные системы бронирования в туризме. Просмотр презентаций и обучающих видео-роликов по работе в электронных системах бронирования. Самостоятельный поиск билетов по заданным параметрам в демонстрационных версиях систем бронирования.

Цель занятия: ознакомить студентов с существующими электронными системами бронирования в сфере транспортных услуг

Практические навыки: умение грамотно задавать условия поиска транспортных услуг, осуществлять процедуру бронирования и оформления документов.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 13.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Электронные системы бронирования в туризме. Просмотр презентаций и обучающих видео-роликов по работе в электронных системах бронирования. Самостоятельный поиск туров по заданным параметрам в демонстрационных версиях систем бронирования.

Цель занятия: ознакомить студентов с существующими электронными системами бронирования пакетных туров.

Практические навыки: умение грамотно задавать условия поиска пакетных туров, осуществлять процедуру бронирования и оформления документов.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 14.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Сайт турфирмы. Создание учебного сайта турфирмы.

Цель занятия: рассмотреть функциональные особенности сайтов туристских предприятий на конкретных примерах.

Практические: навык сбора и анализа информации в сети Интернет.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 15.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Тема и содержание практического занятия: Сайт турфирмы. Разработка концепции сайта, определение его целей и функций.

Цель занятия: рассмотреть процесс разработки концепции сайта туристского предприятия.

Практические навыки:

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 16.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Сайт турфирмы. Разработка структуры сайта, построение «дерева сайта».

Цель занятия: изучить понятия «структура сайта», «дерево сайта», «система навигации».

Практические навыки: умение составлять четкую структуру Интернет-сайта турфирмы с понятной системой навигации.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 17.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Сайт турфирмы. Подбор свободного доменного имени, регистрация сайта на бесплатном хостинге. Выбор шаблона оформления.

Цель занятия: разобрать понятия «домен», «хостинг».

Практические навыки: навыки: умение подбирать, проверять и регистрировать доменное имя интернет-сайта, обосновывать параметры выбора провайдера хостинга и рассчитывать его стоимость.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 18.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Сайт турфирмы. Создание и наполнение страниц сайта текстовым и графическим материалом.

Цель занятия: изучить принципы создания материалов Интернет-сайтов.

Практические навыки: умение составлять уникальные тексты для Интернет-сайта с использованием ключевых слов, редактировать графический материал под формат Интернет-сайта.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 19

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Реклама туристских услуг в сети Интернет. Создание статического и динамического баннера в графическом редакторе.

Цель занятия: разобрать технологию создания рекламного баннера.

Практические навыки: умение создавать рекламные материалы для публикации в сети Интернет.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 20.

Вид практического занятия: компьютерный практикум



Тема и содержание практического занятия: Реклама туристских услуг в сети Интернет. Составление контекстного рекламного сообщения. Подбор слов для поисковой оптимизации сайта.

Цель занятия: рассмотреть специфику создания контекстной рекламы.

Практические навыки: умение создавать рекламные материалы для публикации в сети Интернет.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 21.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Реклама туристских услуг в сети Интернет. Сравнение рекламных площадок. Анализ статистики переходов на сайт.

Цель занятия: изучить основы оценки эффективности деятельности туристского предприятия в сети Интернет.

Практические навыки: умение анализировать эффективность рекламных сообщений в сети Интернет.

Продолжительность занятия – 90 минут.

Практическое занятие 22.

Вид практического занятия: компьютерный практикум

Тема и содержание практического занятия: Реклама туристских услуг в сети Интернет. Изучение понятия «индекс цитируемости». Обзор программ для «раскрутки» сайтов.

Цель занятия: рассмотреть особенности программных продуктов для увеличения посещаемости Интернет-сайта.

Практические навыки: Умение пользоваться простыми способами продвижения Интернет-сайтов.

Продолжительность занятия – 45 минут.

Тема 8. Маркетинг сбытовых территорий, сравнительный анализ въездного рынка стран-конкурентов; сбытовая сеть, оценки эффективности

Сравнительный анализ въездного рынка стран-конкурентов.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Выработка стратегии и тактики маркетинга сбытовых территорий во въездном туризме.
2. Анализ эффективности функционирования сбытовой сети за рубежом.
3. Сравнительный анализ систем инкаминга стран – конкурентов России.
4. Отраслевые и макроэкономические показатели эффективности въездного туризма в крупнейшей стране-конкуренте РФ – ФРГ (или другой страны).
5. Сравнение российских и германских показателей (или другой страны).

После проведения семинарского занятия студенты должны:

знать:

- стратегию и тактику маркетинга сбытовых территорий во въездном туризме;
- анализ эффективности функционирования сбытовой сети за рубежом;
- сравнительный анализ систем инкаминга стран – конкурентов России.



уметь:

- самостоятельно работать и осуществлять поисковую деятельность по изучаемой теме;
- осуществлять сравнительный анализ въездного рынка стран-конкурентов. анализа туристических рынков РФ и страны – конкурента.

владеть:

- отраслевыми и макроэкономическими показателями эффективности въездного туризма в крупнейшей стране-конкуренте РФ – ФРГ (или другой страны).
- методами сравнения российских и германских показателей (или другой страны).

Тема 6. Особенности формирования спроса на въездные туристские программы в РФ

Особенности приема туристов из юго-восточной Азии в России

Вопросы, обсуждаемые на семинаре

1. Что является особенностью туроперейтинга въездного туризма
2. Характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических и национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса.
3. Значение этно-культурных особенностей зарубежных туристов при формировании предложений во въездном туризме.
4. Аргументация прибытий туристов из Юго-Восточной Азии (Китай, Японии, южной Кореи).
5. Особенности въездных формальностей.
6. Особенности межгосударственных отношений РФ со странами Юго-Восточной Азии.
7. Особенности менталитета представителей Юго-Восточной Азии.
8. Особенности деловой культуры в Юго-Восточной Азии.

После проведения семинарского занятия студенты должны:

знать:

- что являются особенностью туроперейтинга въездного туризма;
- характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических и национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса;
- значение этно-культурных особенностей зарубежных туристов при формировании предложений во въездном туризме.

уметь:

- самостоятельно работать и осуществлять поисковую деятельность по изучаемой теме;
- анализировать особенности приема туристов из юго-восточной Азии в России.

владеть:

- аргументацией прибытий туристов из Юго-Восточной Азии (Китай, Японии, южной Кореи);
- особенностями въездных формальностей;
- особенностями межгосударственных отношений РФ со странами Юго-Восточной Азии;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

- особенностями менталитета представителей Юго-Восточной Азии;
- особенностями деловой культуры в Юго-Восточной Азии.

Особенности приема туристов из приграничных стран-доноров

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Что является особенностью туроперейтинга въездного туризма
2. Характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических и национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса.
3. Значение этно-культурных особенностей зарубежных туристов при формировании предложений во въездном туризме.
4. Аргументация прибытий туристов из приграничных стран-доноров (Финляндии, Прибалтийских государств, Польши, стран СНГ).
5. Особенности въездных формальностей (по странам в отдельности).
6. Особенности межгосударственных отношений РФ (по странам в отдельности).
7. Особенности менталитета (по странам в отдельности).
8. Особенности деловой культуры (по странам в отдельности).

Особенности приема туристов из США и Канады.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Что является особенностью туроперейтинга въездного туризма
2. Характеристики демографических, социально-профессиональных, этнических и национальных особенностей как факторов формирования туристского спроса.
3. Значение этно-культурных особенностей зарубежных туристов при формировании предложений во въездном туризме.
4. Аргументация прибытий туристов из США и Канады.
5. Особенности въездных формальностей (по странам в отдельности).
6. Особенности межгосударственных отношений РФ (по странам в отдельности).
7. Особенности менталитета (по странам в отдельности).
8. Особенности деловой культуры (по странам в отдельности).

Тема 7. Региональные особенности продвижения российского турпродукта за рубеж.

Сравнительный анализ въездного рынка стран-конкурентов.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Ведущие мотивации и предпочтения по видам туризма при организации поездок туристов основных стран-доноров.
2. Особенности приема туристов из Европы.
3. Особенности приема туристов пограничных стран-доноров.
4. Особенности приема туристов азиатского региона.
5. Важные аспекты привлечения и приема туристов из других стран.

После проведения семинарского занятия студенты должны:



знать:

- ведущие мотивации и предпочтения по видам туризма при организации поездок туристов основных стран-доноров.
- особенности приема туристов из Европы.
- особенности приема туристов пограничных стран-доноров.

уметь:

- самостоятельно работать и осуществлять поисковую деятельность по изучаемой теме;
- выделять важные аспекты привлечения и приема туристов из других стран.

владеть:

- отраслевыми и макроэкономическими показателями эффективности въездного туризма в крупнейших странах –конкурентах РФ
- особенностями приема туристов из Европы.

2.4.Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

2.4.1. Основная литература

1. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
2. Технология продаж услуг туристской индустрии: Учебное пособие / Т.В. Виноградова -М.: «Академия», 2010 ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
3. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
4. Международный туризм: Учебник 2-е изд., перераб. и доп/ А.Ю. Александрова- М.: КНОРУС, 2010- ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
5. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр, 2011. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>

2.4.2. Дополнительная литература

1. Организация туристической деятельности: Хрестоматия/ Е.С. Сахарчук., М.Я. Руднева –М: РГУТиС, 2012
2. Сервис и туризм: словарь-справочник / Под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. - М.: Альфа-М, 2008. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>

2.4.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. ИНИОН РАН – оптические компакт-диски (CD-ROM) – <http://www.inion.ru>.
2. Электронный банк данных Российской книжной палаты (РКП) «Российская национальная библиотека» - <http://www.bockhamber.ru>.
3. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
 1. <http://www.turlib.ru> – туристическая библиотека «Все о туризме
 2. Главный Портал Индустрии гостеприимства и питания <http://www.NoReCa.ru>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

3. Консультант + <http://www.consultant.ru/>
4. Туристическая поисковая система <http://www.turpoisk.ru/>
5. Туристическая система <http://ruspo.ru/>
9. Система поиска туров <http://ruspo.ru/>
10. Сайт Всемирной туристской организации <http://www.world-tourism.org>
11. Сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>
12. Сайт Российского союза туриндустрии <http://www.rostourunion.ru/>
13. Сайт Ассоциации туроператоров России <http://www.ator.ru>

2.4.4. Перечень информационных технологий.

поисковые системы: «Консультант+», «Гарант».
 Мастер-Tur : система он-лайн бронирования туров
 Amadeus :система он-лайн бронирования

4. Самостоятельная работа обучающихся

4.1 Общие положения

Самостоятельная работа является неотъемлемой частью образовательного процесса, связанного с формированием компетенций обучающихся.

В результате изучения дисциплины студент должен знать:

- ключевые понятия и определения курса такие как услуга, обслуживание, формы и виды обслуживания, качество обслуживания
- классификацию услуг сферы обслуживания
- основные этапы и особенности процесса обслуживания. Формы обслуживания и показатель затрат времени
- основные критерии и показатели качества услуг.

По окончании изучения курса студент должен уметь:

- оценивать значение и специфику процесса обслуживания в гостиничных и туристских комплексах
- выявлять основные направления улучшения процесса обслуживания
- выбрать наиболее оптимальные пути увеличения объема и повышения качества обслуживания в гостиничных и туристских комплексах
- проанализировать и оценить эффект от внедрения новых видов услуг и форм обслуживания

Знания, полученные при изучении курса «Технология обслуживания в туризме и гостеприимстве» могут быть активно использованы будущими специалистами на предприятиях сферы сервиса, а именно в турбизнесе при организации деятельности туристических агентств, ресторанных и гостиничных комплексов и других объектов туристической инфраструктуры.

4.2.ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ



Трудоемкость освоения дисциплины «Технология обслуживания в туризме и гостеприимстве» составляет 756 часов, из них 98 часов контактной работы с преподавателем и 658 часов, отведенных на самостоятельную работу обучающегося.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка рефератов и докладов на заданную тему,
- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике

4.3 Перечень тем самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Организация и технологии оказания различных туристских услуг (3 курс)

ТЕМА 1: Введение в индустрию гостеприимства

Вопросы для самопроверки

2. Перечислите основные исторические предпосылки возникновения гостиничного хозяйства.
3. Каков состав законодательной базы гостиничного хозяйства?
4. Назовите все известные гостиничные ассоциации.
5. Какие основные проблемы осязаемы в Международной гостиничной конвенции?
6. Международные гостиничные правила
7. История возникновения знаменитых сетей отелей «Ритц», «Статлер», «Хилтон», «Марриот», «Шератон».
8. Перечислите и охарактеризуйте основные исторические этапы развития гостиничного хозяйства в России.
9. Каковы меры поддержки гостиничной отрасли в РФ?
10. Каковы меры поддержки гостиничной отрасли в зарубежных странах?
11. В чем заключаются проблемы развития гостиничного хозяйства в России?

ТЕМА 2 . Характеристика и особенности услуг как основного вида деятельности в индустрии сервиса

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятию *услуга*.
2. Перечислите факторы, влияющие на процесс формирования услуги?
3. Что такое материальная и нематериальная услуга?
4. Дайте определение понятию *потребность*.
5. Что такое иерархия потребностей? Обоснуйте это на основе практических примеров.
6. Каковы исторические предпосылки возникновения различных потребностей человека?
7. Основные виды классификаций услуг. В чем особенности классификации Ловелока, ОКУН, МСКО?
8. Каковы характерные особенности туристских услуг?
9. Каковы особенности формирования спроса на туристские услуги?



10. Перечислите основные направления совершенствования и повышения эффективности оказания гостиничных услуг.

ТЕМА 3. Процесс и формы обслуживания потребителей.

Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятию *обслуживание*.
2. Какие существуют формы и типы обслуживания?
3. Понятие и основные виды контактных зон. Требования, предъявляемые к контактной зоне.
4. Какова роль процедурного компонента и компонента общения и их влияние на качество процесса обслуживания.
5. В чем сущность процесса формирования различных «арен общения» в зависимости от преобладания процедурного компонента и компонента общения?
6. Классификация «сложных» клиентов.
7. Какие существуют основные формы и виды обслуживания в туристской индустрии?
8. В чем особенности процесса обслуживания клиентов в туристических фирмах?
9. В чем особенности процесса обслуживания клиентов в туристских комплексах?
10. В чем особенности процесса обслуживания клиентов в ресторанах?

ТЕМА 4. Маркетинг в туристской индустрии.

Вопросы для самопроверки

1. Каковы особенности сегментации рынка гостиничных услуг?
2. Перечислите основные группы критериев сегментации рынка в гостиничном бизнесе.
3. Назовите основные этапы позиционирования гостиничного продукта.
4. Охарактеризуйте специфику дифференцированной и недифференцированной стратегии маркетинга, их отличительные особенности.
5. Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания
6. Основные виды PR- деятельности в гостиничном бизнесе и ее роль в формировании спроса на различные виды гостиничных услуг.
7. Роль СМИ в процессе формирования спроса на рынке туристских услуг.
8. Наиболее известные и масштабные PR- акции в практике гостиничного хозяйства.

ТЕМА 5. Качество услуг сервисных предприятий

Вопросы для самопроверки

1. Что такое *качество услуги, качество обслуживания*?
1. Назовите основные показатели качества услуги и обслуживания, охарактеризуйте их роль в обеспечении контроля качества.
2. Перечислите характерные особенности и составляющие *показателя надежности*
3. Перечислите характерные особенности и составляющие *показателя совместимости*.
4. Перечислите характерные особенности и составляющие *показателя безопасности*.
5. Перечислите характерные особенности и составляющие *показателя информативности*.
6. Перечислите характерные особенности и составляющие *показателя эстетичности*.



7. Назовите основные методы контроля качества услуг.
8. В чем заключаются основные проблемы повышения конкурентоспособности гостиничных и туристских комплексов?
9. Каковы пути повышения конкурентоспособности гостиничных и туристских комплексов?
10. Охарактеризуйте роль и особенности стандартизации, сертификации и лицензирования в повышении конкурентоспособности гостиничных предприятий.
11. Перечислите основные принципы СМК и ее роль в повышении конкурентоспособности гостиничных и туристских комплексов.

ТЕМА 6. Организационно-управленческая структура мирового гостиничного комплекса

Вопросы для самопроверки

1. В чем характерные особенности системы франчайзинга?
2. Что такое прямой и косвенный франчайзинг?
3. Перечислите известные вам коллективные средства размещения.
4. Назовите основные группы и типы гостиничных предприятий.
5. Каковы цели и задачи государственной системы классификации?
6. Перечислите наиболее распространенные системы классификации.
7. Раскройте понятие номерного фонда.
8. Какая существует классификация гостиничных номеров?
9. Что такое европейский стандарт классификации номеров?
10. Какова роль стандартизации и системы управления качеством в гостиничном хозяйстве?
11. Перечислите основные принципы системы Всеобщего управления качеством (TQM).

ТЕМА 7. Система управления гостиничным хозяйством

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите основные принципы построения линейной структуры управления (ЛСУ).
2. Перечислите основные принципы построения функциональной структуры управления (ФСУ).
3. Перечислите основные принципы построения линейно-функциональной структуры управления (ЛФСУ).
4. Перечислите основные принципы построения дивизионных структур управления (ДСУ).
5. Перечислите основные принципы построения матричной структуры управления (МСУ).
6. Каковы особенности и основные функции службы приема размещения?
7. Каков порядок регистрации и размещения гостей?
8. Перечислите основные функции службы бронирования.
9. Перечислите основные функции службы эксплуатации номерного фонда.
10. Перечислите основные методы обслуживания, используемые службой питания.
11. Перечислите основные принципы непрерывным управлением гостиницей.
12. Какова роль маркетинговых исследований в повышении эффективности функционирования гостиничных предприятий?

ТЕМА 8. Санитарно-гигиенические требования к содержанию помещений

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

Вопросы для самопроверки

1. Раскройте понятие безопасности и комфортности жилой среды. Приведите основные показатели безопасности и комфортности.
2. Каковы основные санитарно-гигиенические требования, предъявляемые к жилым и производственным помещениям гостиницы.
3. Каковы основные санитарно - гигиенические требования, предъявляемые к техническому оборудованию гостиницы.
4. Назовите основные методы и способы обеспечения электробезопасности.
5. Назовите основные методы и способы обеспечения пожаробезопасности.
6. Приведите основную нормативно-техническую и законодательную базу обеспечения безопасности и комфортности жилых и производственных помещений гостиниц.
7. Назовите наиболее известные случаи возникновения пожаров и других ЧС в практике мирового гостиничного бизнеса.
8. Каково влияние оптимального микроклимата на самочувствие человека?
9. Каково влияние освещенности на здоровье человека?
10. Перечислите известные вам современные технические системы обеспечения безопасной и комфортной среды.

ТЕМА 9. Управление персоналом как ключевой фактор повышения эффективности обслуживания

Вопросы для самопроверки

1. Каковы основные принципы построения системы руководства
 1. Перечислите основные этапы управления трудовым коллективом
 2. Назовите основные принципы системы мотивации персонала в гостиничном бизнесе. Принципы управления мотивацией.
 3. Что такое нематериальная система мотивации?
 4. Назовите известные вам варианты системы чаевых.
 5. Перечислите правила и стандарты общения персонала с клиентами.
 6. Каковы основные составляющие профессионального общения?
 7. В чем заключается роль процесса информирования клиента как неотъемлемый фактор качественного обслуживания?
 8. Позиция персонала (психологические проблемы), Отношение к клиенту.
 9. Назовите наиболее распространенные и эффективные способы привлечения потенциальных клиентов.
 10. Как функционирует система оценки удовлетворенности клиента? Роль аудита качества обслуживания.
 11. Принципы и методы анализа качества обслуживания
 - Основные этапы развития АС в сфере туризма и сервиса.
 - Предмет и содержание дисциплины, ее связь с другими дисциплинами.

Вопросы для самопроверки:

1. Понятие АС
2. Цель создания АС
3. Основные направления совершенствования управления
4. Основные направления совершенствования функционирования АС
5. Основные этапы развития АС
6. Связь курса АС с другими дисциплинами



Раздел 2. Методическое и информационное обеспечение проектирования туристских услуг; методическое обеспечение расчетов стоимости (3 курс)

Тема 1. Информация как объект автоматизированной обработки.

Информация и ее свойства. Качество информации. Этапы обработки информации. Особенности обработки информации в АС.

Классификация и кодирование информации. Основные понятия в области классификации информации. Кодирование информации. Системы кодирования информации.

Способы организации информационных массивов.

Способы представления данных на машинных носителях, форматы информации. Организация массивов информации в памяти ЭВМ.

Вопросы для самопроверки:

1. Информация и ее свойства
2. Показатели качества информации
3. Этапы обработки информации
4. Особенности обработки информации
5. Информация и данные
6. Классификация информации циркулирующей в организации

Тема 8. Основы автоматизированной обработки данных в сфере туризма и сервиса.

Информационный процесс как объект автоматизации. Особенности информации в сфере туризма и сервиса.

Понятие задачи и комплекса задач в АС, решение их на ЭВМ.

Вопросы для самопроверки:

1. Информационный процесс как объект автоматизации
2. Особенности информации в сфере сервиса
3. Понятие задачи в АС
4. Понятие комплекса задач в АС
5. Связь задачи и комплекса задач в АС

Решение комплекса задач в АС

Раздел 3. Технологии и организация видов туризма: по направлению потоков, по мотивам путешествия

Технология въездного туризма

Тема 1 Общая характеристика рынка аутгоинга в РФ

Вопросы для самопроверки:

1. Особенности формирования рынка выездного туризма в РФ.
2. Особенности туроперейтинга выездного туризма.
3. Особенности и специфика организации и функционирования авиационного, железнодорожного, автомобильного и водного транспорта за рубежом.

Тема 2 Методика создания туров.

Вопросы для самопроверки:

1. Особенности работы с зарубежными перевозчиками. Особенности контрактных взаимоотношений.
2. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения за рубежом.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

3. Особенности и специфика работы с зарубежными средствами размещения. Особенности контрактных взаимоотношений.

4. Региональные особенности и специфика работы с зарубежными предприятиями питания. Особенности контрактных взаимоотношений.

Тема 3 Набор (пакет) услуг в различных видах туризма.

Вопросы для самопроверки:

1. Технологические элементы работы туроператора за рубежом: организация трансферов, работа с отелями, контроль расселения прибывающих туристов, контроль выездов, организация экскурсий, претензионная работа.

2. Особенности работы с зарубежными партнерами.

Тема 4 Цены и ценовая политика.

1. Механизм ценообразования. Политика цен на туристские услуги.

2. Формы и виды договорной документации в международной туристской деятельности. Особенности международных взаиморасчетов.

Тема 5 Экскурсионные бюро – поставщики услуг

1. Особенности организации экскурсионного обслуживания за рубежом.

2. Особенности организации работы гида-экскурсовода за рубежом.

3. Разнообразие и основные мировые центры и объекты экскурсионного показа.

Тема 6 Маркетинговые исследования национального и региональных российских рынков производителей

1. Маркетинг программ выездного туризма.

2. География выездного туризма.

3. Особенности сезонности в выездном туризме.

4. Региональные особенности формирования рынка выездного туризма.

5. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом.

Тема 7 Особенности организации туризма в различных странах

1. Организация выездного туризма в страны Средиземноморья.

2. Организация выездного туризма в страны Западной Европы.

3. Организация выездного туризма в страны Восточной Европы.

Организация выездного туризма в США.

Организация выездного туризма в страны Центральной и Латинской Америки.

Организация выездного туризма в страны Юго-Восточной Азии.

Организация выездного туризма в Австралию.

Организация выездного туризма в страны СНГ и Балтии.

Тема : **Технология внутреннего туризма**

Тема Введение. Современное состояние и законодательная база внутреннего туризма

Вопросы для самопроверки:

Роль или значение дисциплины «Технология внутреннего туризма»

Цель и задачи курса

Структура курса

Особенности учебной литературы по курсу



Тема 1 Раздел 1	Предмет и объекты изучения технология внутреннего туризма Особенности изучения организации внутреннего туризма Основные положения нормативно-правовых документов Факторы внутреннего туристического производства
	<u>Вопросы для самопроверки:</u> Особенности туроперейтинга в России Туроперейтинг во внутреннем туризме Факторы развития внутреннего туризма Состав факторов развития внутреннего туризма Краткая характеристика основных факторов развития внутреннего туризма Факторы производства внутреннего турпродукта Состав факторов производства внутреннего турпродукта Краткая характеристика основных факторов производства внутреннего турпродукта Разница между понятиями факторы развития типа туризма и производства вида турпродукта
Тема 1 Раздел 2	Технология внутреннего туристического производства
	<u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология туристической деятельности Технология внутреннего туризма Основные этапы производства во внутреннем туризме Состав производственных процессов Средства производства внутреннего турпродукта
Тема 1 Раздел 3	
	<u>Вопросы для самопроверки:</u> Особенности классификации средств производства внутреннего туризма Основные группы средств производств производства во внутреннем туризме Краткая характеристика основных групп средств производства Краткая характеристика специфики основных видов поставщиков услуг Краткая характеристика специфики основных видов исполнителей услуг Способы производства внутреннего турпродукта
Тема 1 Раздел 4	
	<u>Вопросы для самопроверки:</u> Особенности классификации способов производства во внутреннем туризме Технологические процессы формирования туров во внутреннем туризме Организационные мероприятия формирования туров во внутреннем туризме Технологические процессы создания туров во внутреннем туризме Организационные мероприятия создания туров во внутреннем туризме Организация внутреннего туризма в России
Тема 2 Раздел 1	
	<u>Вопросы для самопроверки:</u> 1. Особенности организации внутреннего туризма

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС _____

	2. Состав организаторов во внутреннем туризме 3. Типичные предприятия во внутреннем туризме 4. Особенности организации и технологии операторского бизнеса во внутреннем туризме 5. Специфика организации и технологии агентского бизнеса 6. Организация и технологии взаимоотношений туроператоров и турагентств во внутреннем туризме 7. Организация взаимоотношений организаторов туризма с турпосредниками и поставщиками-исполнителями туруслуг во внутреннем туризме
Тема 2 Раздел 2	Особенности организации маркетинга на внутреннем рынке России <u>Вопросы для самопроверки:</u> Система маркетинга во внутреннем туризме Основные виды маркетинговых исследований турпродукта во внутреннем туризме Состав и особенности конкурентной среды Сегментация внутреннего рынка Основные группы потребителей во внутреннем туризме Организация обслуживания туристов на внутреннем рынке России
Тема 2 Раздел 3	<u>Вопросы для самопроверки:</u> Организация и технология продвижения во внутреннем туризме Организация и технология сбыта во внутреннем туризме Классы обслуживания во внутреннем туризме Особенности обслуживания на транспорте Организация обслуживания в российской гостиничной индустрии Индустрия питания во внутреннем туризме Индустрии досуга, развлечений в российском внутреннем туризме Индустрии спорта и здравоохранения в российском внутреннем туризме Профессиональная туристская анимация в российском внутреннем туризме Особенности экскурсионной деятельности на внутреннем туррынке Специфика программ обслуживания и сопровождения
Тема 2 Раздел 4	Краткая характеристика основных направлений и видов внутреннего туризма <u>Вопросы для самопроверки:</u> Основные направления во внутреннем туризме России Видовой состав основных направлений на рынке внутреннего туризма. География основных направлений и видов туризма в России
Тема 3 Раздел 1	Краткая характеристика главных туристских программ внутреннего рынка России <u>Вопросы для самопроверки:</u> Главные туристские программы Тематическая направленность главных турпрограмм Содержание главных турпрограмм География главных турпрограмм
Тема 3 Раздел 2	Рекреационный туризм России



Тема 3 Раздел 3	<p><u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология в рекреационном внутреннем туризме Организация в рекреационном внутреннем туризме Содержание рекреационных туристских программ География рекреационных туристских программ Обслуживание туристов на основе рекреационных туристских программ во внутреннем туризме Познавательный туризм России</p>
Тема 3 Раздел 4	<p><u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология в рекреационном внутреннем туризме Организация в рекреационном внутреннем туризме Содержание рекреационных туристских программ География рекреационных туристских программ Обслуживание туристов на основе рекреационных туристских программ во внутреннем туризме Лечебно-оздоровительный туризм России</p>
Тема 3 Раздел 5	<p><u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология в лечебно-оздоровительном внутреннем туризме Организация в лечебно-оздоровительном внутреннем туризме Содержание лечебно-оздоровительных туристских программ География лечебно-оздоровительных туристских программ Обслуживание туристов на основе лечебно-оздоровительных туристских программ во внутреннем туризме Спортивный туризм России</p>
Тема 3 Раздел 6	<p><u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология в спортивном внутреннем туризме Организация в спортивном внутреннем туризме Содержание спортивных туристских программ География спортивных туристских программ Обслуживание туристов на основе спортивных туристских программ во внутреннем туризме Деловой и экологический туризм России</p>
	<p><u>Вопросы для самопроверки:</u> Технология в деловом внутреннем туризме Организация в деловом внутреннем туризме Содержание деловых туристских программ География деловых туристских программ Обслуживание туристов на основе деловых туристских программ во внутреннем туризме Технология в экологическом внутреннем туризме Специфика организации в экологическом внутреннем туризме Особенности содержания экологических туристских программ Специфика географии экологических туристских программ Особенности обслуживания туристов на основе экологических туристских программ во внутреннем туризме</p>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС <hr/>

Тема 4
Раздел 1 Краткая характеристика основных туристских дестинаций и кластеров на внутреннем туррынке России

Вопросы для самопроверки:

Туристские дестинации
 Туристские кластеры
 Содержание основных дестинаций
 Содержание основных кластеров
 География дестинаций
 География кластеров

Тема 4
Раздел 2 Характеристика внутреннего туризма в Байкальском туристском районе

Вопросы для самопроверки:

Организация и технологии внутреннего туризма в Иркутской области
 Организация и технологии внутреннего туризма в Бурятии
 Характеристика организаторов туризма
 Виды туристской специализации
 Краткая характеристика и оценка ресурсов
 Характеристика супраструктуры
 Характеристика инфраструктуры
 Схемы работы с поставщиками услуг
 Характеристика турцентров

Тема 4
Раздел 3 Характеристика внутреннего туризма на Алтае и в Красноярском крае

Вопросы для самопроверки:

1. Организация и технологии внутреннего туризма на Алтае,
2. Организация и технологии внутреннего туризма в Красноярском крае,
3. Характеристика организаторов туризма
4. Виды туристской специализации
5. Краткая характеристика и оценка ресурсов
6. Характеристика супраструктуры
7. Характеристика инфраструктуры
8. Схемы работы с поставщиками услуг
9. Характеристика турцентров

Тема 4
Раздел 4 Характеристика внутреннего туризма в Поволжье и на Урале

Вопросы для самопроверки:

1. Организация и технологии внутреннего туризма в Поволжье,
2. Организация и технологии внутреннего туризма на Урале,
3. Характеристика организаторов туризма
4. Виды туристской специализации
5. Краткая характеристика и оценка ресурсов
6. Характеристика супраструктуры
7. Характеристика инфраструктуры
8. Схемы работы с поставщиками услуг
9. Характеристика турцентров

Тема Обобщение тем

Вопросы для самопроверки:

Вопросы теста

Раздел: Технология выездного туризма

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС <hr/>

№ темы	Наименование практического занятия
Тема 1	<p>Общая характеристика рынка аутгоинга в РФ.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности формирования рынка выездного туризма в РФ. 2. Особенности туроперейтинга выездного туризма. 3. Особенности и специфика организации и функционирования авиационного, железнодорожного, автомобильного и водного транспорта за рубежом.
Тема 2	<p>Методика создания туров.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности работы с зарубежными перевозчиками. Особенности контрактных взаимоотношений. 2. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения за рубежом. 3. Особенности и специфика работы с зарубежными средствами размещения. Особенности контрактных взаимоотношений. 4. Региональные особенности и специфика работы с зарубежными предприятиями питания. Особенности контрактных взаимоотношений.
Тема 3	<p>Набор (пакет) услуг в различных видах туризма.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Технологические элементы работы туроператора за рубежом: организация трансферов, работа с отелями, контроль расселения прибывающих туристов, контроль выездов, организация экскурсий, претензионная работа. 2. Особенности работы с зарубежными партнерами.
Тема 4	<p>Цены и ценовая политика.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Механизм ценообразования. Политика цен на туристские услуги. 2. Формы и виды договорной документации в международной туристской деятельности. Особенности международных взаиморасчетов.
Тема 5	<p>Экскурсионные бюро – поставщики услуг</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности организации экскурсионного обслуживания за рубежом. 2. Особенности организации работы гида-экскурсовода за рубежом. 3. Разнообразие и основные мировые центры и объекты экскурсионного показа.
Тема 6	<p>Маркетинговые исследования национального и региональных российских рынков производителей</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг программ выездного туризма. 2. География выездного туризма. 3. Особенности сезонности в выездном туризме. 4. Региональные особенности формирования рынка выездного туризма. 5. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом.
Тема 7.	<p>Особенности организации туризма в различных странах</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Организация выездного туризма в страны Средиземноморья. 2. Организация выездного туризма в страны Западной Европы. 3. Организация выездного туризма в страны Восточной Европы. 4. Организация выездного туризма в США. 5. Организация выездного туризма в страны Центральной и Латинской

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

Америки.

6. Организация выездного туризма в страны Юго-Восточной Азии.

7. Организация выездного туризма в Австралию.

Организация выездного туризма в страны СНГ и Балтии.

Раздел: Виды и тенденции в туризме

№ темы	Наименование темы самостоятельного занятия
Тема 1	Особенности организации пляжного туризма на островах Индийского океана Вопросы для самопроверки: Основные дестинации пляжного туризма? Каковы особенности организации трансферов? Каковы особенности обеспечения безопасности и страхования ?
Тема 2	Организация летнего пляжного отдыха на озерах Западной Европы Вопросы для самопроверки: Основные дестинации летнего пляжного отдыха на озерах Западной Европы? Каковы особенности размещения? Особенности ассортимента дополнительных услуг? Особенности температурных режимов и баланса солнечной радиации? Каковы возможности совмещения пляжного отдыха с другими видами туризма?
Тема 3	Особенности организации пляжного туризма в Карибском бассейне. Вопросы для самопроверки: . Основные дестинации пляжного туризма? . Каковы особенности организации трансферов? . Какие государства Карибского бассейна являются безвизовыми для российских туристов. . В чем особенности организации чартерных перевозок? . Каковы наиболее предпочтительные сезоны для пляжного отдыха в Карибском регионе.
Тема 4	Особенности организации горнолыжного туризма в США Вопросы для самопроверки: Основные горнолыжные дестинации США? В каких горах расположены основные горнолыжные дестинации США? Базовые аэропорты, обслуживающие горнолыжных туристов из России. Особенности горнолыжного страхования в США
Тема 5	Изучение современного горнолыжного инвентаря.



Тема 6	<p>Вопросы для самопроверки: Наиболее известные производители горных лыж. Наиболее известные производители горнолыжных ботинок. Наиболее известные производители сноубордов. В чём заключается сущность техники карвинга. Основное оборудование и экипировка горнолыжника для обеспечения безопасного катания.. Восточные религии и туристские центры, связанные с ними</p>
Тема 7	<p>Вопросы для самопроверки: 1. Назовите основные «восточные» религии? 2. Основные объекты паломничества сикхов? 3. Основные объекты паломничества буддистов? 4. Основные объекты паломничества индуистов? 5. Реликвии восточных религий? Нетрадиционная медицина и её влияние на развитие туризма.</p>
Тема 8	<p>Вопросы для самопроверки: Основные направления в нетрадиционной медицине. 2. Туристские центры. Сформированные на базе лечебных объектов нетрадиционной медицины? Особенности организации путешествий по малым рекам.</p>
Тема 9	<p>Вопросы для самопроверки: Малые реки России как объект туристского использования? Основы безопасности в водном туризме? Основные технические средства и оборудование водного туризма? Пеший самодеятельный туризм. Возможности туроперейтинга в самодеятельном туризме. Вопросы для самопроверки: Содержание наиболее рационального «неприкосновенного запаса»? Наиболее рациональные схемы питания при ограниченном запасе продуктов? Основные российские дестинации пешего туризма. Туристское оборудование как средство контроля за развитием самодеятельного туризма. Виды туристских карт? Деловой туризм. Основные туристические выставки мира.</p>
Тема 10	<p>Вопросы для самопроверки: Сезонность в деловом туризме? Основные туристские выставки мира? Основные туристские выставки, проходящие на территории России.?</p>
Тема 11	<p>Особенности организации выезда детских групп. Вопросы для самопроверки: Документация, необходимая для выезда детской группы внутри</p>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС _____

Тема 12	<p>России? Документация, необходимая для выезда детской группы за границы России? Правила сопровождения детских групп во время путешествий? Крупнейшие музеи мира. Роль музеев в развитии культурно-познавательного туризма. Вопросы для самопроверки: Ведущие музеи России и основы их экспозиций? Ведущие музеи Западной Европы и основы их композиций? Музеи и музейные комплексы, включенные в список Всемирного наследия ЮНЕСКО? Особенности работы гидов и экскурсоводов на территориях музеев или музейных комплексов. Сельский туризм. Особенности организации, ресурсы, дестинации.</p>
Тема 13	<p>Вопросы для самопроверки: Основные разновидности сельского туризма? Основные дестинации сельского туризма в Западной Европе? Основные дестинации сельского туризма в Центральной Восточной Европе? Основные дестинации сельского туризма в России. Ассоциации сельского туризма как основной организационный партнер для туроперейтинга. Праздники, уникальные и редкие события, как туристский ресурс.</p>
Тема 14	<p>Вопросы для самопроверки: Основные праздничные события в Западной Европе как система привлечения российских туристов? Основные праздничные события в России как система привлечения зарубежных туристов? Редкие природные явления как система привлечения туристов.?</p>

Раздел 4: Технологии продвижения и реализации туристских услуг и продуктов

№ темы (из рабочей программы)	Наименование семинара
Тема 1	Природные ресурсы. Биоклиматические ресурсы Вопросы для самопроверки: 1. Состав природных туристских ресурсов по происхождению 2. Классы природных ресурсов по функциональному назначению 3. Классы биоклиматических ресурсов 4. Виды биоклиматических ресурсов 5. Анализ биоклиматических показателей определенной территории России 6. Туристская оценка биоклиматических ресурсов определенной территории России
Тема 1	Природные ресурсы. Водные ресурсы

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС <hr/>

	Вопросы для самопроверки: 1.Классы водных ресурсов 2.Виды водных ресурсов рекреационного назначения 3.Виды водных ресурсов лечебно-оздоровительного назначения 4.Виды водных ресурсов спортивного назначения 5.Показатели характеристики гидроминеральных ресурсов 6.Виды минеральных лечебных вод 7. Виды лечебных грязей 8.Туристская оценка водных ресурсов определенной территории России
Тема 1	Природные ресурсы. Геоморфологические ресурсы Вопросы для самопроверки: 1.Классы геоморфологических ресурсов 2.Виды геоморфологических ресурсов 3.Туристская оценка геоморфологических ресурсов определенной территории России
Тема 1	Природные ресурсы. Биологические ресурсы Вопросы для самопроверки: 1.Состав биологических ресурсов 2.Классы ландшафтных ресурсов 3.Виды ландшафтных ресурсов 4.Классы флористических ресурсов 5.Виды флористических ресурсов 6.Классы фаунистических ресурсов 7.Виды фаунистических ресурсов 8.Туристская оценка биологических ресурсов определенной территории России
Тема 1	Природно-экскурсионные ресурсы или памятники и явления природы Вопросы для самопроверки: 1.Состав природно-экскурсионных ресурсов 2.Разница между памятниками и явлениями природы 3.Виды природно-экскурсионных ресурсов 4.Туристская оценка природно-экскурсионных ресурсов
Тема 2	Антропогенные туристские ресурсы. Экономические туристские ресурсы. Ресурсы организационного сопровождения. Вопросы для самопроверки: 1.Состав антропогенных туристских ресурсов 2.Состав экономических ресурсов 3.Классы ресурсов организационного сопровождения 4.Виды ресурсов организационного сопровождения 5. Туристская оценка ресурсов организационного сопровождения
Тема 2	Экономические туристские ресурсы. Ресурсы материально-технического обеспечения. Вопросы для самопроверки: 1.Классы ресурсов материально-технического обеспечения 2.Виды ресурсов материально-технического обеспечения 3.Туристская оценка ресурсов материально-технического обеспечения
Тема 3	Технологические туристские ресурсы. Вопросы для самопроверки: 1.Классы технологических ресурсов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТиС <hr/>
---	---	--------------------

Тема 4	<p>2. Виды технологических ресурсов</p> <p>3. Разница между профессионально-технологическими и социально-технологическими ресурсами</p> <p>4. Основные показатели технологических ресурсов</p> <p>5. Туристская оценка технологических ресурсов</p> <p>Антропогенные туристские ресурсы. Экскурсионные туристские ресурсы. Археологические, этнографические ресурсы и ресурсы социального наследия.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Состав экскурсионных ресурсов 2. Классы археологических ресурсов 3. Виды археологических ресурсов 4. Классы этнографических ресурсов 5. Виды этнографических ресурсов 6. Классы ресурсов социального наследия 7. Виды ресурсов социального наследия 8. Туристская оценка археологических ресурсов 9. Туристская оценка этнографических ресурсов 10. Туристская оценка ресурсов социального наследия
Тема 4	<p>Экскурсионные туристские ресурсы. Соотношение понятий культурно-исторического и социально-культурного наследия.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классы ресурсов культурно-исторического наследия 2. Виды ресурсов культурно-исторического наследия 3. Классы социально-культурного наследия 4. Виды социально-культурного наследия 5. Разница между культурно-историческим и социально-культурным наследием 6. Туристская оценка культурно-исторического наследия 7. Туристская оценка социально-культурного наследия
Тема 4	<p>Экскурсионные туристские ресурсы. Соотношение понятий социальные и социально-культурные ресурсы настоящего времени.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Классы социальных ресурсов настоящего времени 2. Виды социальных ресурсов настоящего времени 3. Классы социально-культурных ресурсов настоящего времени 4. Виды социально-культурных ресурсов настоящего времени 5. Разница между социально-культурными и социальными ресурсами настоящего времени 6. Туристская оценка социально-культурных ресурсов настоящего времени 7. Туристская оценка социальных ресурсов настоящего времени
Тема 5	<p>Туристские информационные ресурсы.</p> <p>Вопросы для самопроверки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Состав туристских информационных ресурсов 2. Виды туристских информационных ресурсов 3. Роль туристских информационных ресурсов в турбизнесе 4. Туристская оценка информационных ресурсов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СК РГУТИС <hr/>

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

5.1. Основная литература

1. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
2. Технология продаж услуг туристской индустрии: Учебное пособие / Т.В. Виноградова -М.: «Академия», 2010 ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
3. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
4. Международный туризм: Учебник 2-е изд., перераб. и доп/ А.Ю. Александрова- М.: КНОРУС, 2010- ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>
5. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: Магистр, 2011. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>

5.2. Дополнительная литература

1. Организация туристической деятельности: Хрестоматия/ Е.С. Сахарчук., М.Я. Руднева –М.: РГУТиС, 2012
2. Сервис и туризм: словарь-справочник / Под ред. Ю.П. Свириденко, О.Я. Гойхмана. - М.: Альфа-М, 2008. - ЭБС Znanium.com Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book>

5.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. ИНИОН РАН – оптические компакт-диски (CD-ROM) – <http://www.inion.ru>.
2. Электронный банк данных Российской книжной палаты (РКП) «Российская национальная библиотека» - <http://www.bockhamber.ru>.
3. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
6. <http://www.turlib.ru> – туристическая библиотека «Все о туризме»
7. Главный Портал Индустрии гостеприимства и питания <http://www.NoReCa.ru>
8. Консультант + <http://www.consultant.ru/>
9. Туристическая поисковая система <http://www.turpoisk.ru/>
10. Туристическая система <http://ruspo.ru/>
9. Система поиска туров <http://ruspo.ru/>
10. Сайт Всемирной туристской организации <http://www.world-tourism.org>
11. Сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>
12. Сайт Российского союза туриндустрии <http://www.rostourunion.ru/>
13. Сайт Ассоциации туроператоров России <http://www.ator.ru>

5.4. Перечень информационных технологий.

поисковые системы: «Консультант+», «Гарант».
 Мастер-Tur : система он-лайн бронирования туров
 Amadeus : система он-лайн бронирования