





СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора
по учебной и научной работе,
к.б.н., доцент

О.В. Балберова
«07»  2015 г.



СОГЛАСОВАНО
Зав. кафедрой управления
физической культуры, экономики и туризма,
к.э.н., доцент

О.И. Глушенко
«07»  2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
«МЕНЕДЖЕР ПО ТУРИЗМУ»**

Направление подготовки	100400.62 «Туризм»
Профиль подготовки	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Форма обучения	очная

Рабочая программа производственной практики «Менеджер по туризму» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 октября 2009 г. № 489, по направлению подготовки 104000.62 «Туризм».

Авторы:

Зав. отделом учебно-производственной
практики и повышения квалификации, к.б.н.



О.А. Никитина

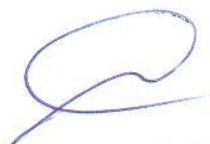
Зав. кафедры управления
физической культуры, экономики и туризма,
к.э.н., доцент



О.И. Глушенко

Рецензенты:

Директор
Стерлитамакского института
физической культуры, д.п.н., профессор



В.С. Степанов

Индивидуальный предприниматель



Н.В. Воронина

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Программа производственной практики составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования по направлению 100400.62 «Туризм».

Производственная практика для студентов третьего курса проходит на предприятиях социально-культурного сервиса и в студенческих центра. Студенты на практике проходят все этапы производства и предоставления услуг по организации досуга (анимационные программы), по индивидуальным и массовым заказам на экскурсионное обслуживание, учатся принимать реальные заказы у клиентов на выполнение различных услуг по анимации и экскурсионному обслуживанию; рекомендуют заказчику анимационные программы, экскурсионные маршруты; содержательную часть экскурсии; методы и способы их проведения, практически выполняют эти заказы и сдают их заказчику в форме конкретной услуги. В ходе выполнения заказа студенты приобретают навыки делового общения, этических норм поведения, умения правильно организовать досуг, разработать и провести экскурсию с использованием современных организационно-технических средств. Выбрать рациональные методы технологии проведения анимационных программ и экскурсий, сдать готовые программы заказчику.

ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Целями производственной практики «Менеджер по туризму» являются проведение практики на рабочих местах предприятия (учреждения, организации) или иного объекта туристской индустрии; предоставление студенту работы (или возможность работы в качестве дублера) на основных должностях работников туристской индустрии на предприятиях (учреждениях, организациях) и иных объектах туристской деятельности по профилю получаемого студентом образования.

ЗАДАЧИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Задачами производственной практики являются:

- знакомство студентов с предприятиями отрасли (по профилю туристской деятельности);
- ознакомление с функциями специалистов, обеспечивающих предоставление туристских услуг;
- формирование профессионально-практических навыков организации туристской деятельности;
- изучение системы работы базы практики, специфики менеджмента (особенности организационных и функциональных процессов), содержание деятельности специалиста в сфере сервиса и туризма;
- доведение качества профессиональных умений до уровня, позволяющего самостоятельно решать практические задачи, связанные с деятельностью туристских организаций;
- содействие формированию профессионально-значимых качеств личности, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе специалиста в сфере сервиса и туризма;
- содействие формированию у каждого студента убеждения в личной ответственности за качество профессиональной подготовки.

МЕСТО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Производственная практика является составной частью системы подготовки бакалавра по направлению 100400 «Туризм», в связи, с чем рассматривается как одна из важных форм связи процесса обучения в институте с будущей практической деятельностью выпускника в организациях различного типа.

Производственная практика «Менеджер по туризму» проводится в условиях максимально приближенных к будущей профессиональной деятельности, опираясь на знания студентов по ранее изученным дисциплинам. Производственная практика «Менеджер по туризму» является закреплением теоретического материала, изученного студентами в шестом семестре. Среди специальных и профессиональных дисциплин направления подготовки для успешного прохождения учебной практики необходимо использовать знания, полученные в процессе изучения следующих дисциплин:

1. Иностранный язык
2. Экологический мониторинг туристских регионов
3. Менеджмент в туристской индустрии.
4. Маркетинг в туристской индустрии
5. Технология и организация услуг питания
6. Историко-культурное наследие региона.
7. Технология и организация гостиничных услуг
8. Транспортное обслуживание
9. Музейно-выставочная работа
10. Инновации в туризме
11. Организация экскурсионного обслуживания
12. Традиции и культура народов мира

Базовой дисциплиной, которая позволяет довести профессиональные умения по разработке туристских и экскурсионных программ до уровня, позволяющего самостоятельно решать практические задачи, связанные с деятельностью туристских организаций является дисциплина «Организация экскурсионного обслуживания».

При выходе на производственную практику «Менеджер по туризму» бакалавр по направлению подготовки 100400 «Туризм» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

1) проектная деятельность:

- постановка задач проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях;
- использование инновационных и информационных технологий для создания туристского продукта;
- проектирование программ туров, турпакетов, экскурсионных программ и других продуктов туристской деятельности;
- разработка туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований;

2) производственно-технологическая деятельность:

- применение современных технологий в реализации туристского продукта;
- использование информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации туристского продукта;

3) организационно-управленческая деятельность:

- распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и предприятиях туристской индустрии;
- принятие оперативных управленческих решений в области туристской деятельности;
- расчет и оценка затрат по организации туристской деятельности на предприятии с целью рационализации затрат;

4) сервисная деятельность:

- обеспечение стандартов качества и норм безопасности комплексного туристского обслуживания;
- организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов;
- умение самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии;

ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика проводится на предприятиях туристской индустрии.

МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Место проведения практики - предприятия туристской индустрии: туристские фирмы и комплексы, санаторно-курортные предприятия, станции детско-юношеского туризма и т.д., имеющие необходимые материально-технические условия и высококвалифицированных специалистов, а также учебные лаборатории выпускающей кафедры.

Продолжительность практики 3 недели.

Время проведения практики 3 курс обучения, 6 семестр.

КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

В результате прохождения данной практики студент должен приобрести следующие компетенции:

1) общекультурные компетенции (ОК):

ОК-6 - способностью работать в коллективе, руководить людьми и подчиняться;

ОК-7 - готовностью к восприятию культуры и обычаев других стран и народов, с терпимостью относиться к национальным, расовым, конфессиональным различиям, способностью к межкультурным коммуникациям в туристской индустрии;

ОК-12 - владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством обеспечения информацией в туристской деятельности, способностью работать в глобальных компьютерных сетях;

2) профессиональные компетенции (ПК):

ПК-7 - способностью к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии;

ПК-12 - умение организовать процесс обслуживания потребителя (продолжение формирования компетенции);

ПК-13 - способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий.

В результате прохождения производственной практики студент должен:

Знать:

- основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека;
- должностные обязанности и квалификационные характеристики работников основных подразделений туристского предприятия с целью совершенствования и развития системы коллективного труда;
- цели, принципы, системы, методы бесконфликтной работы в коллективе с учетом этнических, национальных, расовых, конфессиональных особенностей, культуры и обычаев стран;
- теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в туризме;
- организационные основы туристской индустрии;
- структуру туристской отрасли;
- особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;
- понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов;
- особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме;

- теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-техническую базу туристско-рекреационного проектирования;
- виды управленческих решений и методы их разработки; основы управления персоналом туристского предприятия;
- теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии.

Уметь:

- обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов;
- составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности, компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме;
- планировать эффективные коммуникации на основе индивидуального подхода к потребителям;
- обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии;
- выявить основные и специфические потребности потребителя;
- анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов);
- организовывать взаимодействие в группе, обеспечивать межличностные взаимоотношения с учетом социально-культурных особенностей общения, применять коммуникативные техники и технологии делового общения;
- анализировать информацию, касающуюся фундаментальных проблем, решаемых человечеством, основных ценностных установок, смыслов и других компонентов, обуславливающих социальный опыт;
- использовать знания культуры и обычаев других стран и народов, конфессий при решении задач речевой коммуникации разной сложности;
- применять основные методы управления персоналом при решении типовых задач деловой коммуникации;
- устанавливать межпредметные связи и использовать знания из других предметных областей при решении отдельных задач;
- описывать индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека и приводить примеры;
- эффективно использовать знания и навыки проектирования туристского предприятия и туристского продукта;
- описывать индивидуальные мотивации человека и приводить примеры;
- 15. организовать проектную деятельность в туристской индустрии;
- обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний данные, необходимые для продвижения и реализации турпродуктов;
- определять роль и место отдельного исполнителя в системе коллективного труда в соответствии с принципом специализации;
- оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности;
- организовывать защитные мероприятия при возникновении чрезвычайных ситуаций, обеспечить техническую и коммерческую, а также информационную безопасность деятельности предприятий туристской индустрии, оказывать первую медицинскую помощь.

Владеть:

- навыками организовывать, координировать, контролировать процесс обслуживания разных типов и видов потребителей;
- навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования;
- навыками анализа и составления договорной документации;

- основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности;
- оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом;
- навыками разработки и реализации производственных программ и стратегий в туризме;
- навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии требованиям нормативной документации;
- способностью проиллюстрировать на конкретных примерах аспекты фундаментальных проблем, решаемых человечеством;
- навыками оценки и самооценки результатов;
- понятиями об интеллектуальном, культурном, нравственном, физическом и профессиональном саморазвитии и самосовершенствовании в общей форме;
- способами решения типовых ситуаций профессиональной сферы;
- определенным уровнем командной культуры;
- навыком работы с данными (нахождение данных, сравнение);
- методами преодоления конфликтных ситуаций в различных областях профессиональной коммуникации;
- навыком разработки собственной траектории повышения квалификации и мастерства;
- навыком отбирать, анализировать и оценивать эффективные проектные решения;
- оценить качество выполнения работ и плановых заданий исполнителей на основе существующих критериев оценки;
- навыком оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единиц, 108 часа.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды деятельности на практике, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)		Формы текущего контроля
	Подготовительный этап	1. Организационное собрание по условиям прохождения практики 2. Инструктаж по технике безопасности 3. Получение бланка задания у руководителя практики на выпускающей кафедре (см. Приложение А). 4. Ознакомительные лекции об организационных вопросах работы на предприятии; студентам рекомендуется литература, видеоматериалы, проводится обзорный маршрут по предприятию, во время которого студент знакомится с объемом и характером работ, которые ему предстоит выполнять.	2 1 1 6	Подпись в протоколе Подпись в журнале ТБ Бланк-задание Общая характеристика предприятия
	Производственный (основной) этап	1. Изучение первичных сведений о предприятии. 2. Изучение производственной деятельности предприятия. 3. Изучение финансово-экономической деятельности предприятия. 4. Маркетинговые исследования на туристском предприятии. 5. Изучение безопасных аспектов деятельности предприятия. 6. Организация и обслуживания клиентов турпредприятий 7. Изучение и выполнение обязанностей менеджера по туризму во время производственной практики непосредственно на предприятии. Ведение дневника практики, указывая в нем последовательность оказания услуг и выполнения должностных обязанностей	120 (15 раб. дней х 8 ча сов)	Анализ организации деятельности базы практики (предприятия туристской индустрии) Разработка экскурсии (или туристический проект) Дневник практики
3	Камеральный этап	Оформление и обработка материалов и составление отчета, содержащего текстовую часть и приложения. Сбор отзывов и заключений руководителя по результатам практики	32	Отчет

Примечание: к видам производственной работы на производственной практике могут быть отнесены: производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности, выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала, наблюдения, измерения и другие выполняемые студентом самостоятельно виды работ (виды работ должны отражать специфику конкретных направлений подготовки).

1. НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Технологии, которые студент использует на различных этапах производственной деятельности: **Производственный (основной) этап:**

1. Изучение первичных сведений о предприятии включает в себя:

- история создания и развития предприятия;
- ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами;
- организационно-правовая форма предприятия и форма собственности;
- организационная структура и взаимодействие подразделений;
- ознакомление с работой основных категорий работников, их должностных инструкций;
- характеристика материально-технической базы практики. Соответствие оборудования требованиям;
- основные задачи, виды деятельности предприятия;
- стратегия развития предприятия.

2. Изучение производственной деятельности предприятия включает в себя:

- организация и технология операторской деятельности;
- организация и технология агентской деятельности;
- изучение работы отдела продаж, технология туристского обслуживания;
- изучение работы отделов международного туризма;
- внутреннего туризма; – чартерных программ;
- изучение таможенных туристских формальностей;
- изучение работы руководителя туристской группы.

3. Изучение финансово-экономической деятельности предприятия включает в себя:

- анализ объема и структуры деятельности предприятия (объем реализованной продукции, объем оборота, выручка от предоставляемых услуг или выполняемых работ);
- себестоимость услуг;
- анализ текущих расходов;
- уплачиваемые налоги;
- анализ прибыли и эффективности деятельности;
- оценка финансовой устойчивости (ликвидность, прибыльность, оборачиваемость товарных запасов, использование акционерного капитала).

4. Маркетинговые исследования на предприятии проходят по следующему плану:

- характеристика потребностей населения в тур. услугах предприятия;
- характеристика сегмента рынка предприятия;
- характеристика маркетинговой стратегии предприятия; – особенности продукта и сервиса, товара предприятия;
- основные методы стимулирования продаж, используемые на предприятии; – каналы распространения товаров, услуг.

5. Изучение безопасных аспектов деятельности предприятия включает в себя:

- лицензирование и сертификация деятельности;
- страхование туристов, багажа и пр.
- технология безопасности туристских маршрутов.

6. Технологии организации и обслуживания клиентов туристских предприятий выполняется по следующему плану:

6.1. Выбрать по своему усмотрению тему экскурсионного или туристского проекта и разработать его в следующих составляющих частях:

- наименование темы, сформулировать цель и определить задачи экскурсии;
- продолжительность экскурсии или тура (часы, дни);
- экскурсионный или туристский маршрут, определенный по основным пунктам на трассе путешествия;

- экскурсионная программа (для туристского проекта), расписанная по дням путешествия;
- экскурсионный (индивидуальный) текст.
- 6.2. Паспортизация объектов экскурсии
- 6.3. Составить портфель экскурсовода
- 6.4. Составить технологическую карту экскурсии в форме следующей таблице:

Маршрут	Остановки	Объекты показа	Продолжительность	Наименование подтем	Организационные указания	Методические указания
Отрезок маршрута от одного пункта до другого	Для более детально го ознакомления с объектом	На звание объекта	Время показа и рассказа конкретных объектов во время движения и остановок (в мин.)	Наименование подтем и перечень основных вопросов экскурсии	Особенности расположения группы, эмоциональные эффекты и пр.	Методы и приемы рассказа и показа

6.5. Внедрить разработанную экскурсию (или тур) в деятельность туристского предприятия (или самостоятельно во время прохождения практики по принципу самодетельного туризма).

7. Изучение и выполнение обязанностей менеджера по туризму во время производственной практики непосредственно на предприятии включает в себя:

- связь с отделом продаж, анализ результатов, статистика, изучение рынка, клиентуры, продукта, конкуренции;
- сравнение уровня продаж с возможностями агентства, изучение функциональности и качества, конкурентоспособности сети поставщиков и партнеров и возможности выбора;
- анализ бизнеса и прогноз продаж, проводимый отделом продаж;
- переговоры относительно набора необходимых услуг и их подтверждение;
- сбор информации, определение цен на брошюры с описанием туров;
- сбор информации и оценка индивидуальных туров по требованию отдела продаж для индивидуальных клиентов или групп;
- техническое описание турпродуктов и их оценка;
- подготовка и направление документации, и информирование в отдел продаж в качестве помощи в их работе;
- организация, согласованность, координация и контроль за туристскими операциями, специальными мероприятиями и подтверждением услуг отеля;
- информирование руководства относительно туристского продукта;
- актуальная база данных туристских услуг и предложений;
- анализ планирования туров, предлагаемых группам;
- анализ услуг для индивидуальных туров;
- контроль за соблюдением персоналом правил внутреннего распорядка;
- контроль, связи и соглашения, закупки у поставщиков, мониторинг и менеджмент местных услуг, развитие системы резервирования;
- договора с транспортными организациями относительно приобретения услуг (обычных и чартерных), билетов и развития системы резервирования;
- организация, менеджмент и связи с сетью турагентов, поставщиков, транспортными организациями, обслуживающими туристов, предоставляющие отдельные услуги;
- техническое производство бронирования;
- соглашения с существующими и потенциальными поставщиками; — специальные расчеты и регистрация заказов авиабилетов;
- специальные расчеты и регистрация заказов ж/д билетов;
- специальные расчеты и регистрация билетов на морские суда;
- специальные расчеты и регистрация заказов по специальным услугам и бронированию;
- расчеты с поставщиками, дистрибьюторами и транспортными организациями (включая туроператоров и др. турагентов, чей продукт распространяется на комиссионной основе);
- рассмотрение непредвиденных инцидентов во время тура и принятие необходимого решения;
- определение места проживания и возможность быстрого контакта с клиентом во время путешествия;

- меры, принимаемые при изменениях; принимаемые меры и контроль за ситуациями, связанными с безопасностью клиента и его имущества;
- рассмотрение жалоб и решение проблем.

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов на производственной практике.

Экскурсия – это:

- Туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение духовных, эстетических, информационных потребностей туристов (ГОСТ Р 50690-94 «Туристские услуги»);
- Процесс наглядного познания окружающего мира: особенностей природы, современных и исторических ситуаций, элементов быта, т.е. достопримечательностей определенного города или региона - заранее избранных объектов, которые изучаются на месте их расположения;

Экскурсия имеет свои признаки (элементы): продолжительность проведения (от одного академического часа до одних суток); наличие экскурсантов (группа или индивидуал); наличие экскурсовода; показ экскурсионных объектов, первичность зрительных впечатлений; передвижение участников экскурсии по заранее составленному маршруту; целенаправленность показа объектов, рассказа экскурсовода; наличие определенной темы.

Экскурсия выполняет функции информации, расширения кругозора и познания, организации культурного досуга, отдыха, общения

Основными требованиями, предъявляемыми к экскурсии, являются: полнота и достоверность информации; культурно-познавательная значимость; законченность и точность композиции и исполнения экскурсии; удовлетворение эстетических и морально-психологических потребностей экскурсантов.

В экскурсионной работе важно восприятие информации, передаваемой экскурсоводом.

Восприятие - целостное отношение предметов, ситуаций, событий, возникающее при непосредственном воздействии физических раздражителей. Психологи утверждают, что 93 % восприятия основано на визуальных ощущениях. Восприятие связано с мышлением, памятью, вниманием и направляется мотивацией. Одним из обязательных каналов восприятия путешествия, отдельного события или туристского объекта является воспоминание — эмоциональный настрой (положительный или отрицательный), который остается в памяти туриста как результат взаимоотношений, вытекающих из процесса обслуживания. Восприятие проявляется в различных эмоциональных состояниях, ранжированных от максимально позитивных и максимально негативным состояниям: приятное чувство; удовлетворение; восторг; досада; раздражение; возмущение.

На восприятие экскурсии влияет ряд факторов, среди которых можно назвать: безопасность; постоянство (ощущение высокого качества обслуживания на протяжении всего времени пребывания клиента); поведение обслуживающего персонала; полнота обслуживания (соответствие всех предложенных услуг фактически полученным); условия (окружающая среда и физическое окружение); доступность.

Важным элементом экскурсии является разработка маршрута экскурсии. Маршрут экскурсии – оптимальный путь следования экскурсионной группы. В составлении маршрута экскурсии важно соблюдать основные требования, к которым относятся: логическая последовательность объектов экскурсионного показа; аттрактивность. В практике экскурсионных учреждений существуют

Три принципа построения маршрута: хронологический, тематический и тематико-хронологический.

Примером применения хронологического принципа построения маршрута экскурсии могут служить экскурсии, посвященные жизни и деятельности выдающихся людей города.

По тематическому принципу построены экскурсии, связанные с раскрытием определенной темы в жизни города, например, «Купола над городом» 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.

В проведении экскурсий существует профессиональная методика.

Методика проведения экскурсии — совокупность приемов, составляющих основу работы экскурсовода во время проведения экскурсии. Включает общую и частную методики.

Методика показа: предварительный осмотр, зрительный анализ, реконструкция, локализация событий, сравнения.

Методика рассказа: экскурсионная справка, характеристика объекта, объяснение, репортаж, комментирование, цитирование, литературный монтаж.

Важным элементом экскурсии является ее структурированность.

Структура экскурсии предполагает наличие трех обязательных элементов: вступление, основная содержательная часть, заключение.

Вступление, как правило, состоит из двух частей: организационной (знакомство с аудиторией и инструктаж экскурсантов по правилам поведения, безопасности в пути и др.) и информационной (краткое сообщение о теме, маршруте, его протяженности, продолжительности, времени и месте окончания экскурсии).

Основная часть строится на сочетании показа конкретных экскурсионных объектов и рассказа о них. Состоит из нескольких подтем (от 5 до 12), объединенных темой экскурсии. Для показа должны отбираться только те объекты, которые раскрывают содержание темы в целом.

Заключение занимает 5-7 минут и состоит из двух частей: итоги основного содержания экскурсии, выводы по теме, закрепляющие цель экскурсии; информация о других экскурсиях, которые могут расширить и углубить данную тему.

Экскурсия основывается на сочетании показа и рассказа. Важным элементом экскурсионной работы является показ

Показ на экскурсии — наблюдение, осмотр объекта под руководством экскурсовода, при котором экскурсант не только видит объект, но и различает в нем разные стороны, части, принимает участие в их анализе. Показ основан на трех элементах: на непосредственном наблюдении объекта; ознакомлении с экспонатами «портфеля экскурсовода», методическом приеме зрительной реконструкции воссоздания внешнего облика утраченного объекта, картины прошедших событий, поведения лиц, введенных в рассказ экскурсовода.

Экскурсия основывается на рассказе. Рассказ на экскурсии — дополнение к анализу зрительного материала. Рассказ не должен заменять самостоятельной активной аналитической работы экскурсантов, превращать экскурсию в лекцию. Рассказ на экскурсии характеризуется рядом особенностей: зависимость от скорости передвижения группы (ритм); подчиненность (дополнительность) показу; использование зрительных доказательств.

Время показа — нормативное расчетное время, отводимое на показ в ходе экскурсии, не должно занимать меньше $\frac{2}{3}$ всего экскурсионного времени; время рассказа — нормативное расчетное время, отводимое на рассказ во время проведения экскурсии, не должно превышать трети экскурсионного времени.

Организационным элементом экскурсионной работы является проектирование экскурсии.

Проектирование экскурсии — этапы подбора и формирования ее текста и содержания.

Проектирование экскурсии проходит две основные стадии:

- 1) предварительная работа — подбор материалов, их изучение, отбор объектов, на которых будет построена экскурсия;
- 2) непосредственная разработка самой экскурсии — составление экскурсионного маршрута, обработка фактического материала; работа над содержанием экскурсии, ее основной частью (подтемы и основные вопросы, входящие в каждую из них); написание контрольного текста экскурсии; работа над методикой проведения экскурсии; выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии и предпочтительных точек, ракурсов обзора объектов показа; подготовка методической разработки экскурсии, технологической карты и схемы трассы маршрута (для транспортной экскурсии) и «портфеля экскурсовода».

Временным фактором экскурсионной деятельности является продолжительность экскурсии. Продолжительность экскурсии — длительность экскурсии, фиксируемая с момента встречи экскурсионной группы с экскурсоводом до завершения работы экскурсовода с группой

Важным документом экскурсионной работы является технологическая карта экскурсии.

Технологическая карта экскурсии — это документ, определяющий технологию применения методических приемов в соответствии с особенностями экскурсионного маршрута. Она состоит из

нескольких элементов: маршрут; остановки; объекты и точки их показа; продолжительность; наименование подтем и перечень основных вопросов; указания по организации; методические указания.

Методический прием передачи информации об объекте в экскурсии называется рассказом. К основным способам заинтересовать и активизировать экскурсантов во время рассказа относятся: использование иллюстраций; использование наглядных пособий; использование активизирующих вопросов.

Значительный успех экскурсии приносит правильно выбранная и хорошо раскрытая тема.

Тема – 1) предмет конструирования, раскрытия, организации при разработке экскурсий, программ отдыха; 2) круг рекреационных событий, скрепленных воедино анимационным замыслом, составляющих основу деятельности.

Тема связана с понятием «идея», так как предусматривает не только изложение определенного материала, но и четкое выражение идейных позиций. Идея – это главная мысль темы. Идея и тема составляют идейно-тематическую основу программы экскурсии. Экскурсионная работа предприятия или отдельного экскурсовода характеризуется экскурсионной тематикой.

Экскурсионная тематика – 1) совокупность, набор или определенная группа тем; 2) предмет показа и рассказа. В России разработано более 25 тысяч экскурсионных тематик. В качестве основных требований к экскурсионной тематике можно назвать: актуальность, разносторонность, соответствие запросам и интересам экскурсантов, логическая завершенность. Экскурсионная тематика играет решающую роль в объединении внешне разрозненных частей экскурсии в единое целое. При многоплановости объекта она регулирует рассказ, определяет стороны показа объекта. В каждой из них дается свой объем информации, объекты освещаются с различных аспектов, с позиций разных тематик.

Тематическая (моно) экскурсия раскрывает какую-либо одну тематику: отдельный исторический период, значительное событие прошлого или настоящего, историю жизни и творчества какого-либо писателя, композитора. Каждая экскурсионная тематика представляет собой совокупность целого ряда подтем. Правильно разработанная и логически завершенная подтема должна восприниматься экскурсантами не сама по себе, а как часть единой композиции.

В обзорной экскурсии рассматривается несколько тем, поэтому рассказ направлен на раскрытие нескольких сторон жизни города (история, культура, спорт и т.п.)

Высшим пилотажем экскурсии можно назвать технику проведения экскурсии. Техника проведения экскурсии – это рациональная организация экскурсии, включающая: знакомство с группой; расстановку группы у объекта; темп движения группы; паузы в движении; раскрытие подтем; ответы на вопросы.

Объект показа (аттрактант) — объект, привлекающий внимание туристов. Аттрактантами выступают объекты: природы; исторические; историко-культурные; особо охраняемые.

Экскурсионные объекты – большинство объектов показа являются экскурсионными объектами, т. е. составляют материальную основу для проведения экскурсий.

Экскурсионные объекты классифицируются по видам: памятники – исторические, археологические, архитектурные, искусства, документальные; объекты природы – леса, рощи, реки, заповедники, заказники, национальные парки, урочища, ландшафты; по содержанию – одноплановые, многоплановые; по функциональному значению – основные дополнительные, сопутствующие; по степени сохранности – сохранившиеся, перестроенные, реконструируемые.

Объекты экскурсии имеют определенные свойства: познавательная ценность, известность (популярность), необычность (экзотичность), выразительность, сохранность, месторасположение, типичность, уникальность, аттрактивность.

Проведение экскурсионной работы предусматривает паспортизацию объектов экскурсионной работы.

Паспортизация объекта представляет систему информации об объектах показа: наименование памятника, исторического события, с которым связан объект, почтовый адрес, данные о памятнике, сохранность, охрана памятника, закрепление памятника за экскурсионным бюро, фотография памятника.

Для оценки объектов, которые включаются в экскурсию, используются следующие показатели: познавательная ценность, то есть связь объекта с конкретным историческим

событием, жизнью и творчеством известного деятеля науки и культуры, а также художественные достоинства памятника, возможность их использования в эстетическом воспитании экскурсантов; известность объекта, его популярность среди населения.

Необычность может быть архитектурной, связанной с особенностями конструкции здания, сооружения; историческим событием, которое произошло в данном здании, на месте установки памятника.

Экзотичность объекта может быть природного характера; выразительность объекта – взаимодействие экскурсионного объекта с фоном, окружающей его средой, зданиями, сооружениями, природой.

Важные свойства объекта - его сохранность, определяющая состояние памятника, подготовленность его к показу, местоположение (расстояние до памятника, удобство подъезда к нему, пригодность дороги для автотранспорта, возможность подвоза к объекту экскурсантов, природная обстановка, окружающая данный объект, наличие места, удобного для расположения экскурсионной группы с целью наблюдения объекта).

Важнейшим свойством объекта показа является его аттрактивность – важное отношение субъекта к ресурсу, определяющее индивидуальную или групповую привлекательность местности (места), природного ландшафта, города, деревни, культурно-исторического памятника, страны, вообще любого природного тела, явление или артефакта, являющегося предметом оценки со стороны туристов. Данное отношение является интегральным, оно учитывает более частные свойства туристского объекта – экзотичность, комфортность, выразительность, уникальность, типичность и т.п. и максимально определяет уровень эстетической оценки ресурса и его избирательность.

Каждый экскурсовод должен иметь в своем профессиональном арсенале «портфель экскурсовода». «Портфель экскурсовода» – условное наименование комплекта информационных материалов (фотографий, копий документов, географических карт, схем, репродукций картин и др.), используемых в ходе экскурсии экскурсоводом. Одна из функций «портфеля экскурсовода» состоит в том, чтобы восстановить недостающие зрительные звенья при показе.

Профессиональными компонентами экскурсионной работы являются: логические переходы и приемы, иллюстративный материал, приемы показа и рассказа.

Логический переход - методический прием, используемый при подготовке экскурсии. Виды логических переходов, используемые в экскурсоведении: подчиненные; тождественные; противоположные; соотносительные; соподчиненные.

Логические приемы – методические приемы, используемые в арсенале экскурсоведения: анализ; сравнение; синтез; абстрагирование; обобщение.

Приемы показа – методические приемы, используемые в экскурсоведении: предварительный осмотр; панорамный показ; зрительная реконструкция, зрительный монтаж, сравнение, интеграция, абстрагирование, локализация событий, аналогия, движение.

Приемы рассказа – методические приемы, используемые в экскурсоведении: экскурсионная справка; описание; характеристика, репортаж, комментирование, объяснение, цитирование, вопросы и ответы, задания, дискуссионная ситуация, соучастие, персонификация, отступление, индукция, дедукция, проблемная ситуация.

Контрольные вопросы для проведения текущей аттестации по итогам самостоятельной работы студентов

1. Учредительные документы, нормативно-правовая база туристского предприятия
2. Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности
3. Правила техники безопасности на туристском предприятии
4. Организационная структура туристского предприятия
5. Материально-техническая база туристского предприятия
6. Организация и технология операторской деятельности
7. Организация и технология агентской деятельности
8. Работа отдела продаж, технология туристского обслуживания
9. Себестоимость услуг туристского предприятия
10. Текущие расходы туристского предприятия
11. Налоги на туристском предприятии

12. Оценка финансовой устойчивости (ликвидность, прибыльность, оборачиваемость товарных запасов, использование акционерного капитала)
13. Маркетинг и менеджмент на туристском предприятии
14. Технологические аспекты проектирования экскурсии

Образец ведения дневника по производственной практике

Студенты должны ежедневно вести дневник практики, указывая в нем последовательность оказания услуг и выполнения должностных обязанностей, строго выполнять правила внутреннего распорядка предприятия и рабочего дня практики.

Дата/ время	Описание выполненных работ и их анализ	Отметка о выполнении работ	Отзыв, замечания и предложения руководителя
01.07.	Сбор общих сведений о предприятии	Составлена общая характеристика предприятия	
02.07.	Сравнение уровня продаж туристической фирмы «Глобус» с возможностями агентства, изучение функциональности и качества, конкурентоспособности сети поставщиков и партнеров и возможности выбора	Предприятие за одну неделю прохождения практики осуществило продажу двух санаторно-курортных путевок	Активнее участвовать в реализации путевок предприятия
03.07	Переговоры относительно набора необходимых услуг и их подтверждение для реализации индивидуального тура в Грецию	Наблюдение за работой менеджера по туризму	Совершенствование навыков переговоров

[Приводятся учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов на производственной (в том числе преддипломной) практике. Например: рекомендации по сбору материалов, их обработке и анализу, форме представления. Приводятся контрольные вопросы и задания для проведения аттестации по итогам производственной практики.]

3 ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ)

Контроль прохождения производственной практики осуществляется руководителем практики от факультета выпускающей кафедры и от предприятия на основании проверки дневника и отчета по практике, материалов индивидуальных заданий, предполагающих наличие отзыва базового предприятия.

Формой промежуточной аттестации по итогам производственной практики является отчет студента.

Отчет состоит из следующих разделов:

- 1) введение: актуальность данного вида практики, цели и задачи практики, организация и условия работы;
- 2) общая характеристика предприятия;
- 3) характеристика производственной деятельности предприятия;
- 4) характеристика финансово-экономической деятельности предприятия;
- 5) маркетинговые исследования на предприятии;
- 6) безопасные аспекты деятельности предприятия;
- 7) разработка и внедрение экскурсии на предприятии;
- 9) заключение (подводятся итоги и делаются выводы о достижении поставленных целей, анализируются тактические решения, выбор нитки маршрута и график движения).

Даются рекомендации по его прохождению и возможным изменениям, как сделать его безопаснее и интереснее);

10) список использованной литературы;

11) приложения: дневник практики с указанием выполненных за каждый день работ, статистические данные туристского предприятия, оформленные в виде графиков, диаграмм, таблиц, рекламные буклеты туров, фото и/или видеоматериалы и т. д.

Отчет по практике выполняется на листах формата А 4 на одной стороне с интервалом 1,5 по 28 — 30 строк на странице, с полями (верхнее — 20 мм, левое и нижнее — 25 мм, правое — 15 мм) в компьютерной версии объемом не менее 10 листов.

Иллюстративный материал (карты, схемы и т.п.), а также отдельные выписки ПЗ, квалификационные характеристики, инструкции, правила и другие производственно-технические материалы могут быть выполнены на отдельных листах или бланках и приложены к отчету по практике.

Оформленный отчет, студент представляет на кафедру в недельный срок после начала семестра (ориентировочно до 09 сентября текущего календарного года). Отчет составляется каждым студентом индивидуально.

После представления отчетов на кафедру устанавливаются сроки защиты практики перед комиссией. В состав комиссии кроме руководителя практики входят преподаватели и сотрудники профилирующей кафедры Сервиса и туризма.

По результатам защиты практики выставляется дифференцированный зачет в зачетную ведомость и зачетную книжку студента.

Невыполнение программы практики или неудовлетворительный отзыв о работе студента, наряду с процедурой защиты практики, является основанием для неудовлетворительной оценки по практике, что автоматически приводит к академической задолженности. Повторное прохождение практики учебным планом не предусмотрено.

Методика оценки отчета по практике включает в себя два критерия: формальный и содержательный:

Оценка по формальным критериям - 11 баллов.

Непосредственное выполнение должностных обязанностей во время прохождения производственной практики – до 6 баллов

соблюдение сроков сдачи законченной работы — до 3 баллов

соответствие СТП «Требования к написанию отчета по практике» — до 2 баллов Оценка по содержательным критериям — 9 баллов.

соответствие содержания заявленной теме — до 5 баллов степень самостоятельности — до 2 баллов

наличие приложений — до 2 баллов Максимальное количество баллов — 20 баллов

2	3	4	5
Менее 10 б	11 – 14	15 – 17	18 – 20

Указываются формы аттестации по итогам производственной практики: составление и защита отчета, собеседование, дифференцированный зачет и др. формы аттестации, принятые в отечественной и международной академической культуре в рамках соответствующего направления подготовки. Устанавливается время проведения аттестации.

4 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

а) основная литература:

1. Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" / А. Б. Косолапов. – М.: КноРус , 2008. – 278 с.
2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности [Текст] : учеб. для вузов турист. профиля / Е. Н. Ильина ; Рос. междунар. акад. туризма. – М.: Финансы и статистика , 2007. – 250 с.

б) дополнительная литература:

1. Тимохина, Т. Л. Организация приема и обслуживания туристов [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальности "Экономика и упр. на предприятии сферы обслуживания" (туризм и гостинич. хоз-во) / Т. Л. Тимохина. – М.: Форум : ИНФРА-М , 2009. – 351 с.
2. Бисько, И. А. Организация обслуживания туристов [Текст] : учеб. пособие по англ. яз. для вузов по направлению "Менеджмент" / И. А. Бисько, В. А. Маевская, Е. А. Паксюткина. – М. : КноРус , 2010. – 187 с.
3. Организация туризма [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальности "Экономика и упр. социал.-культур. сферой" / А. П. Дурович, Г. А. Бондаренко, Т. М. Сергеева и др.; под ред. А. П. Дуровича. – Минск : Новое знание , 2006. – 639 с.
4. Качмарек, Я. Туристический продукт : Замысел. Организация. Управление [Текст] : учеб. пособие для вузов по специальностям "Соц.- культурный сервис и туризм", "Туризм" / Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик ; пер. с пол. И. Д. Рудинского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА , 2008. – 495 с.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Аппарат факсимильный
Принтер лазерный
Системный блок на базе CELERON Монитор
Ксерокс
Сканер
Фотоаппарат