

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное агентство по образованию
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова
Кафедра регионоведения и туризма

**Л.Н. Курцев
А.А. Литвина**

Учебно-тренировочная туристская фирма

Методические указания

*Рекомендовано
Научно-методическим советом университета
для студентов, обучающихся по специальности
Социально-культурный сервис и туризм*

Ярославль 2009

УДК 338.48;796.5
ББК Ч 518.11я73
К 93

*Рекомендовано
Редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного издания. План 2009 года*

Рецензент
кафедра регионоведения и туризма
Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова

**Курцев, Л.Н. Учебно-тренировочная туристская
фирма: метод. указания / Л.Н. Курцев, А.А. Литвина;**
К 93 Ярослав. гос. ун-т. – Ярославль: ЯрГУ, 2009. – 39 с.

Методические указания предназначены для студентов, обучающихся по специальности 100103 Социально-культурный сервис и туризм (дисциплина «Учебно-тренировочная туристская фирма», блок ДС), очной формы обучения.

УДК 338.48;796.5
ББК Ч 518.11я73

© Ярославский государствен-
ный университет, 2009

В процессе подготовки кадров для туристской деятельности в учебный план специальности Туризм была включена дисциплина **"Учебно-тренировочная фирма"** (УТФ). Данный практикум позволяет увязать цели и задачи всего учебного процесса в системе образования с общей стратегией развития индустрии туризма, в которой основную роль играет квалифицированный специалист. УТФ придает гибкость и более высокую эффективность системе подготовки специалистов, обеспечивая принцип совмещения теории с практикой.

УТФ – это практический курс объемом 68 учебных часов. Продолжительность одного учебного занятия, как правило, не менее 4 часов в день. Оптимальное количество участников группы 10 – 16 человек. Обязательным для проведения учебного практикума является использование современных информационных технологий. Условия проведения УТФ должны быть максимально приближены к реальной действительности, т.е. конкретной среде функционирования туристского агентства. Для этих целей задействована аудитория, в которой есть достаточное количество компьютеров, линия Интернет, сканер, принтер, офисная мебель.

Учебный практикум по смысловой направленности можно классифицировать по нескольким группам:

- применение на практике теоретических знаний в области менеджмента, маркетинга, рекламы, экономики, дисциплин специальной направленности;
- самоорганизация;
- командная работа;
- работа с внешней средой;
- ориентация на клиента;
- выработка профессиональных навыков;
- организация работы персонала туристской фирмы.

Особенностью учебного практикума является его направленность на развитие и выявление профессиональных способностей студента, улучшающих качественный подход к выбору будущей профессии. В рамках УТФ студенты учатся эффективно распоряжаться своим временем, легко принимать самостоятельные решения, правильно выявлять приоритеты, творчески и активно от-

носиться к своей работе, нести индивидуальную ответственность за процесс и результат труда всего коллектива.

Во вновь созданной «учебной туристской фирме» среди студентов, как правило, создается творческая обстановка и доверительная атмосфера, что способствует раскрытию способностей каждого участника и более эффективному усвоению знаний, выработке определенных умений и навыков.

Логическим завершением «деятельности» УТФ является проведение презентации туристской фирмы, которую смоделировали студенты.

В конце изучения курса проводится общее собрание, где обсуждаются положительные и негативные стороны деятельности каждого из участников, а также группы в целом. По итогам учебного практикума студенты сдают зачет. Руководителю УТФ (тренеру) группа предоставляет рабочую папку (в том числе в электронном виде) с итогами и результатами деятельности каждой функциональной группы.

Значение УТФ в общей системе образовательного процесса велико, потому что данный практикум позволяет в имитационном режиме учебных занятий спроектировать реальные ситуации и соответствующие модели поведения, предоставить студентам возможность поиска путей перенесения опыта игровой реальности в настоящую жизнь и убедиться в их эффективности. В режиме работы УТФ им легче преодолеть состояние неопределенности, неуверенности. В условиях привычной учебной среды легче добиться договоренности в случае существенного различия позиций. Такая групповая работа позволяет приобрести навыки сотрудничества в коллективе, выявить лидеров, понять специфику социально-психологических отношений, определиться в выборе будущей профессии.

Эффективность данной формы обучения определяется закрепленными теоретическими знаниями и приобретенными умениями, применяемыми на практике, в реальной действительности.

Таким образом, **целью** данного практического курса является формирование у студентов системы практических знаний, умений и навыков в области туризма на основе изучения современ-

ных принципов, методов и функций управления, технологий продаж.

Поставленная цель достигается при решении следующих **задач** курса:

- выстроить систему знаний о структуре управления предприятием в области туризма;
- закрепить у студентов практические навыки в области управленческих решений и кадровой политики в системе туризма;
- простимулировать интерес обучающихся к работе в сфере туризма;
- выработать опыт по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.

Содержание тем и разделов курса

В процессе создания учебно-тренировочной туристской фирмы в рамках учебного практикума следует выделить четыре основных этапа:

1. Время выбора.
2. Фаза становления.
3. Формирование и поиск туристского продукта.
4. Стадия продвижения и реализации туристского продукта.

1. Время выбора

В ходе вводного занятия руководитель группы проводит ознакомление студентов со спецификой моделирования туристской деятельности. Четко определяются роли. Преподаватель-руководитель выступает в двух ипостасях: как «тренер-консультант» создаваемой туристской фирмы и одновременно как «внешняя среда» во всем её многообразии (регистрационные и налоговые органы, банковская сфера, рекламное агентство, поставщик услуг и т.д.). Студенты представляют собой «внутреннюю среду», то есть коллектив будущей туристской фирмы.