

Краевое государственное бюджетное образовательное учреждение  
дополнительного образования  
«Красноярский краевой центр туризма и краеведения»

Принята на заседании  
методического совета  
от « 24» мая 2021 г.  
Протокол № 5

УТВЕРЖДАЮ  
Директор КГБОУ ДО  
«Красноярский краевой центр  
туризма и краеведения»  
Н.В. Грушевская  
«30» августа 2021 г.  
Приказ № 137



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
Туристско-краеведческой направленности  
базовый уровень**

**«ПРОдвижение ТУРИЗМА»**

Возраст обучающихся:	13 - 17 лет
Срок реализации:	1 год, 144 часа
Авторы - составители программы:	Пахитов В.А., педагог дополнительного образования, КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»;

г. Красноярск, 2021

## **Пояснительная записка**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «PROдвижение ТУРИЗМА» является авторской программой базового уровня.

Программа разработана в соответствии с нормативными документами:

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

Паспорт национального проекта «Образование» (утверждён президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16)

Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 г. № 28 СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи».

Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»

Письмо Министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 г. № 09-3242 «О направлении информации» (вместе с «Методическими рекомендациями по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»

Приказ Министерства образования и науки РФ от 23.08.2017 г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»

Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых». Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 5.05.2018 г. № 298н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых»

### **Актуальность и отличительные особенности программы.**

Вхождение российского общего образования в десятку лучших мировых систем и воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе наших исторических и культурных традиций стали национальными целями и стратегическими задачами развития Российской Федерации на период до 2024 года, которые легли в основу федеральных проектов нацпроекта «Образование».

Дополнительное образование детей – одна из важнейших составляющих образовательного пространства в современном российском обществе. Оно социально востребовано, требует постоянного внимания и поддержки со стороны государства как система, органично сочетающая в себе воспитание, обучение и развитие личности ребенка.

В настоящее время Минпросвещения России развивает систему дополнительного образования в рамках федерального проекта «Успех каждого ребенка». Федеральный проект предусматривает обновление содержания дополнительного образования всех направленностей, повышение качества и вариативности образовательных программ и их реализацию в сетевой форме, чтобы они отвечали вызовам времени и интересам детей с разными

образовательными потребностями, модернизацию инфраструктуры и совершенствование профессионального мастерства педагогических и управленческих кадров.

Основной задачей федерального проекта «Успех каждого ребенка» является формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся.

Какую профессию в будущем выбрать для себя, которая будет востребована в крае, России с учетом их социально-экономического развития? Какими знаниями, умениями, навыками, компетенциями нужно обладать, чтобы быть востребованным специалистом в новом, современном мире? Мире неопределенности, сложности и разнообразия, где мир профессий постоянно меняется. Ответы на эти вопросы помогает находить «Атлас новых профессий», разработанный Агентством стратегических инициатив.

Современные дополнительные общеобразовательные программы на материале туризма и краеведения призваны отвечать запросу общества и предоставлять возможность обучающимся осваивать предпрофессиональные навыки в сфере новых востребованных профессий.

Рассматривая туризм, как один из актуальных и приоритетных ресурсов социально-экономического развития края, а Красноярский край как территорию возможностей для профессионального самоопределения подростков и старшеклассников, проектно-педагогической командой Центра:

1. в 2018 году на региональный чемпионат JuniorSkills впервые была заявлена и апробирована демонстрационная площадка компетенции «Бренд-менеджер туристских пространств» (в Атласе будущих профессий есть компетенция «Бренд-менеджер пространств»). Задача участников состояла в том, чтобы подготовить туристский продукт в формате туристского блога на основе изученного запроса клиента;

2. впервые была апробирована компетенция «Бренд-менеджер туристских пространств» совместно с представителями туристического бизнеса в формате летней профильной смены «ПРОдвижение ТУРИЗМА» с привлечением 80 обучающихся образовательных организаций Красноярского края, где участники познакомились с новой профессией, особенностями разработки и продвижения современных турпродуктов.

Исходя из анализа полученной образовательной практики, была разработана круглогодичная дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «ПРОдвижение ТУРИЗМА» (далее – программа), направленная на знакомство обучающихся с профессией будущего из атласа новых профессии в отрасли «Туризм и гостеприимство» и особенностями разработки и продвижения современных туристских продуктов.

Туристическая индустрия уже сегодня испытывает недостаток специалистов по разработке индивидуальных туристских продуктов для конкретного потребителя, конструкторов виртуальных путешествий, разработчиков стратегий развития территорий.

Поэтому, сегодня в процессе обучения туризму необходимо уделять внимание освоению таких маркетинговых технологий как брендинг, что повышает конкурентоспособность выпускников дополнительных общеобразовательных программ на материале туризма и краеведения.

Так, например, освоение обучающимися компетенций таких профессий будущего как бренд-менеджер пространства и режиссёр индивидуальных туров и позволит им разрабатывать и предлагать новые авторские туристские продукты, сделает их востребованными на рынке туристических услуг.

Программа позволяет расширить возможности детей, позволяющие им осваивать и расширять социальные роли при определении своей будущей профессии в туристской индустрии.

Программа включает в себя разные предметные области, что является эффективным инструментом развития обучающихся. Приобретая навыки компетенции «Продвижение» обучающиеся учатся планировать свою деятельность, осуществлять самоконтроль и оценивать полученный результат.

#### **Цели и задачи:**

Цель программы – формирование у обучающихся компетентности «Продвижение» на материале разработки туристских продуктов с учетом запроса клиента.

#### **Задачи:**

- познакомить с профессией будущего из атласа новых профессий в отрасли «Туризм и гостеприимство» - «Бренд-менеджер пространств»;
- познакомить с основами брендинга, исследования туристского пространства, экскурсоведения;
- пробудить интерес обучающихся к исследованию пространства (на материале исследуемой территории, выбранной для разработки туристского продукта);
- формировать умения: определять цель, планировать свою деятельность, осуществлять самоконтроль, оценивать полученный результат;
- научить разрабатывать, продвигать туристский продукт в виртуальном пространстве;
- отработать навыки коммуникации в работе с клиентом, в группе.

#### **Педагогическая целесообразность.**

Программа предназначена на обучающихся подростков, старшеклассников и направлена на формирование компетентностного образовательного результата – «Продвижение».

Программа разрабатывалась в рамках проекта «Реальное образование», согласно которому:

компетентность - способность и стремление человека к совершению определенных действий;

образовательный результат - полезное устойчивое запланированное внутреннее изменение человека;

компетентность «Продвижение» - это способность и стремление выполнять исследование и оформлять его результаты с целью выполнения заказа какого-либо субъекта.

#### **Планируемые образовательные результаты программы:**

- освоены способы брендинга, исследования природных, культурных, исторических объектов и виртуального пространства;
- умеет разрабатывать, продвигать туристский продукт в реальном и виртуальном пространствах;
- умеет составлять портрет клиента и устанавливать с ним контакт (в реальном и виртуальном пространствах);
- выстраивать конструктивные взаимоотношения с другими людьми, работать в команде.

### **Комплекс организационно-педагогических условий.**

Срок освоения программы – 1 год.

Общее количество часов на освоение программы – 144 часа.

Характеристика временного режима реализации – реализуется с сентября по июнь в форматах: две очные сессии по 40 часов (октябрь, март), заочные занятия 1 раз в неделю по 2 часа (40 мин) в системе электронного обучения Центра.

Форма проведения – очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

Возраст участников – 13-17 лет.

Количество детей в группе – 11 человек.

Организация деятельности обучающихся происходит в разных формах - индивидуальной, групповой, в парах постоянного и сменного состава.

Особые требования к участникам – детско-взрослые команды обучающихся образовательных организаций Красноярского края.

Характеристика пространства реализации – очные сессии проводятся на б/о «Салют» г. Канска. Заочная часть в системе электронного обучения Центра (г. Красноярск).

### **В программе используются следующие технологии:**

Технология модульного обучения. Все содержание программы организуется в систему модулей, каждый из которых представляет собой логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения, воспитания.

В конце каждого пройденного модуля педагог проводит контрольное зачетное занятие для проверки степени сформированности компетенции - презентация туристского продукта (1 модуль - решение конкурсных заданий, участие в заочном этапе краевого чемпионата «ЮниорПрофи» по компетенции «Туризм», 2 модуль - презентация туристского продукта).

Модульность обучения состоит из нескольких блоков: информационный, где обучающиеся самостоятельно добывают необходимую информацию, используя разные источники информации: дополнительную литературу, карты в атласе, интернет-ресурс; выполнение практической работы, решают кейсы, оформляют все выводы в виде чек-листов, анализа объектов или выполняют опорный конспект-схему; итоговый - презентация туристского продукта.

Кейс-технология – это интерактивная технология для краткосрочного обучения, на основе реальных или вымышленных ситуаций, направленная не столько на освоение знаний, сколько на формирование у обучающихся новых качеств и умений. Обучающиеся изучают ситуацию, разбираются в ней,

предлагают возможные пути решения и выбирают самый оптимальный вариант решения поставленной задачи.

Здоровье сберегающие технологии. При непрерывной зрительной нагрузке 10-15 минут, отдых 3-5 минут; представление учебной информации доступной для зрительного восприятия; контроль своего физического состояния; фиксация своих изменений при выходе на природу (поход); устное изложение материала с наглядными и практическими заданиями.

**Инструменты формирования результатов обучающихся** – лекции, беседы, экскурсии, походы, кейсы, самостоятельная работа, работа в парах, презентация продукта в виртуальном пространстве.

**Форма предъявления предметных продуктов** – выставка в социальных сетях разработанного туристского продукта. Презентация туристского продукта другим участникам программы (в школе, друзьям, родителям и др. субъектам).

В рамках программы каждый обучающийся имеет возможность разработать собственные продукты: экскурсию, собственный бренд для партфолио, бренд территории.

Освоив основные понятия, приемы разработки туристских продуктов у обучающегося есть возможность выбрать и построить для себя индивидуальную образовательную траекторию на определенный период времени в рамках реализации образовательной программы.

Форма мониторинга и оценки образовательных результатов – стартовое и итоговое анкетирование, текущие решение кейсов, презентация туристских продуктов. В практической деятельности результативность оценивается качеством выполненных практических заданий, творческих работ и т.п.

### Критерии оценки результатов обучающихся:

Критерии оценки уровня теоретической подготовки:	Критерии оценки уровня практической подготовки:
высокий уровень – обучающийся освоил практически весь объем знаний 100-80%, предусмотренных программой за конкретный период; специальные термины употребляет осознанно и в полном соответствии с их содержанием;	- высокий уровень – обучающийся овладел на 100-80% умениями и навыками, предусмотренными программой за конкретный период; с материалами работает самостоятельно, не испытывает особых трудностей; выполняет практические задания с элементами творчества;
- средний уровень – у обучающегося объём усвоенных знаний составляет 70-50%; сочетает специальную терминологию с бытовой;	- средний уровень – у обучающегося объём усвоенных умений и навыков составляет 70-50%; работает с материалами с помощью педагога; в основном, выполняет задания на основе образца;
- ниже среднего уровень –	- ниже среднего уровень -

обучающийся овладел менее чем 50% объема знаний, предусмотренных программой; как правило, избегает употреблять специальные термины.	обучающийся овладел менее чем 50%, предусмотренных умений и навыков; испытывает серьезные затруднения при работе с материалами; обучающийся в состоянии выполнять лишь простейшие практические задания педагога
---	---

### Учебный план программы

№	Наименование тем	Количество часов		
		Всего	Теория	Практика
<b>I модуль «Бренд-менеджер туристских пространств»</b>				
1.	Знакомство с дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программой «ПРОдвижение ТУРИЗМА».	2	2	-
2.	Образ клиента. Потребности клиента.	10	2	8
3.	Менеджмент туристских услуг.	14	4	10
4.	Основы экскурсоведения.	14	4	10
5.	Изучение маршрутов Красноярского края.	8	4	4
6.	Промежуточная аттестация - решение конкурсных заданий заочного этапа краевого чемпионата «ЮниорПрофи» по компетенции «Бренд-менеджер туристских пространств»	12	-	12
Итого по I модулю:		60	32	28
<b>II модуль «Туристский продукт»</b>				
7.	Туризм. Виды туризма.	4	4	-
8.	Продвижение туристского продукта.	12	6	6
9.	Виртуальное пространство.	18	8	10
10.	Бренд территории.	6	2	4
11.	Образовательная экскурсия.	16	-	16
12.	Туристский маршрут.	18	2	16
13.	Промежуточная аттестация.	6	-	6
14.	Итоговая аттестация - презентация	4	-	4

	туристского продукта			
Итого по II модулю:		84	22	62
Итого по программе:		144	62	82

## Содержание учебного плана

### I модуль «Бренд-менеджер туристских пространств»

Цель - формирование образа новой профессии «Бренд-менеджер туристских пространств»

Задачи:

- познакомить с профессией будущего из атласа новых профессий, в отрасли «Туризм и гостеприимство» - «Бренд-менеджер пространств»;
- познакомить с основами экскурсоведения;
- отработать навыки коммуникации в работе с клиентом;
- отработать навыки работы в команде.

1. Знакомство с дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программой «ПРОдвижение ТУРИЗМА».

Теория: Основная идея и содержание программы.

2. Образ клиента. Потребности клиента.

Теория: потребители туристского продукта. Местонахождение клиента (реальное, виртуальное). Проблемы, с которыми сталкивается клиент. Образ клиента. Примеры портретов клиента. Составление портрета клиента. Вербальное, невербальное общение. Техники эффективной коммуникации. Потребности клиента. Техники выявления потребностей.

Практика: тренинги эффективной коммуникации; тренинги по работе с клиентом.

3. Менеджмент туристских услуг.

Теория: Развитие системы управления и ее особенность в туристской индустрии. Формирование и развитие управления. Основы современной системы управления. Системный, процессный и ситуационный подход в менеджменте.

Практика: Особенности управления в туристской индустрии. Современное состояние туристского рынка и факторы его развития.

4. Основы экскурсоведения.

Теория: Возникновение и развитие экскурсионного дела в России и в Красноярском крае. Основные понятия: «экскурсия», «экскурсионный метод», «экскурсионная работа». Классификация экскурсий по месту проведения и объектам показа, характеру тематики, цели, составу экскурсионной группы. Этапы подготовки экскурсии (предварительная разработка, разработка самой экскурсии, заключительный – прием и утверждение экскурсии). Схема экскурсии: вступление, основная часть, заключение. Оформление содержания экскурсии (форма записи содержания экскурсии).

Практика: Методика проведения экскурсии (методические приемы) Технологическая карта экскурсии.



## 5. Изучение маршрутов Красноярского края.

Теория: Национальные заповедники. Музеи Красноярского края. Курортно-оздоровительные комплексы края.

Практика: Объекты событийного туризма.

## 6. Промежуточная аттестация.

Практика: Аттестация - решение конкурсных заданий заочного этапа краевого чемпионата «ЮниорПрофи» по компетенции «Бренд-менеджер туристских пространств».

Защита конкурсных заданий.

## II модуль «Туристский продукт»

Цель - разработка, презентация и продвижение туристского продукта обучающимися.

Задачи:

- научить разрабатывать, продвигать туристский продукт в виртуальном, реальном пространствах;
- познакомить с основами брендинга, исследования туристского пространства.

## 7. Туризм. Виды туризма.

Теория: История развития туризма в России. Современная организация туризма в стране. Туристские традиции своего населенного пункта.

Виды туризма: пешеходный, лыжный, водный, горный, велосипедный, спелеотуризм.

## 8. Формирование туристского продукта.

Теория: Планирование тура. Выбор партнеров – поставщиков услуг. Формирование ценовой политики для организации туристского продукта.

## 9. Виртуальное пространство.

Теория: Что такое социальные сети. Анализ активности в социальных сетях. Анализ тематических сайтов. Выбор платформы для туристского продукта.

Практика: Работа с социальными сетями. Работа с сайтами.

## 10. Бренд территории.

Теория: Современные концепции брендинга. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов. Разработка платформы бренда. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения. Маркетинговые коммуникации и их роль в построении и развитии бренда. Разработка личного бренда.

Практика: Разработка бренда территории, собственного бренда.

## 11. Образовательная экскурсия.

Практика: Определение тематики экскурсии. «Я предлагаю тему экскурсии «...», потому что... Групповое обсуждение предложенных тем и выбор тематики экскурсии. Обсуждение основного содержания экскурсии. Этапы и особенности проведения экскурсии. Проведение экскурсий, разработанных обучающимися, для сверстников, родителей, ребят из других образовательных программ. Подведение итогов проведения экскурсий.

## 12. Туристский маршрут.

Теория: Права и обязанности участников маршрута. Должности в группе постоянные и временные. Распределение обязанностей в группе. Определение цели и района маршрута. Подбор литературы и картографического материала. Составление плана подготовки маршрута. Разработка маршрута, составление плана-графика движения. Маршрутный лист и маршрутная книжка. Путевой дневник. Отчетная документация. Написание отчета.

Подведение итогов проведения похода по выбранному туристскому маршруту.

Практика: образовательный поход в ГПЗ «Столбы».

13. Промежуточная аттестация.

Практика: Презентация разработанного маршрута с учетом особенностей группы.

14. Итоговая аттестация:

Практика: Разработка туристского продукта.

Выставка в социальных сетях разработанного туристского продукта.

Презентация туристского продукта для сверстников, родителей, ребят из других образовательных программ, краевых конкурсов.

Формы аттестации:

По итогам программы, участники презентуют туристский продукт.

Оценочные материалы:

В анализ оценочных материалов входят: входной и выходной мониторинг (анкетирование), промежуточный и итоговый мониторинг (презентация туристских продуктов, представленных в виртуальном пространстве).

### **Календарный учебный график программы**

Режим занятий. Годовой цикл программы состоит из двух сессий (краевых интенсивных школ) и межсессионной работы, объединенных общей содержательной линией.

Интенсивные школы проводятся с 1 5 2021 . и марте 2022 .

Заочные занятия проводятся 1 раз в неделю по 2 часа (40 мин/час) в системе электронного обучения Центра.

Учебный год начинается с 15 сентября текущего года, заканчивается 11 июня следующего года.

### **Организационно-управленческая модель реализации программы.**

Участники реализации программы: КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения», образовательные организации Красноярского края. Ключевые управленческие действия на этапе проектирования:

- выявление запроса туристической индустрии (недостаток специалистов по разработке индивидуальных туристских продуктов);
- создание проектировочной команды для разработки программы (КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»);
- организация работы по проектированию программы (КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения», консультанты из сферы «Туризм и гостеприимство»);
- юридическое оформление программы (включение в государственное задание, учебный план КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и

краеведения», заключение договоров о взаимодействии с образовательными организациями Красноярского края);

- составление графика проведения очных сессий на базе отдыха «Салют» КГА ПОУ «Канский педагогический колледж» г. Канска;
- запуск программы (КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»).

#### **Материально-техническое обеспечение программы.**

1. Ноутбуки
2. Микрофон-гарнитура
3. Проектор
4. Доска маркерная
5. Канцелярия (ватманы, офисная бумага, маркеры, стикеры)
6. Фотоаппарат
7. Выход в интернет
8. Программные средства:
  - Операционная система – Windows, MS Office
  - Бесплатные приложения по обработке видео и фото материалов
  - Блог-платформа LiveJournal

#### **Методические рекомендации и дидактический материал:**

##### **1. Методические рекомендации**

Методические рекомендации «iSpring QuizMaker - инструмент конструирования и реконструкций тестов и викторин. Использование тестов для создания рабочих материалов викторин, учебных пособий, контрольно-измерительных материалов», Заякин А.Ю., методист КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»

Методические рекомендации «Экскурсионные маршруты по достопримечательным местам Прикрасноярья», Грудинова Л.А., методист КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»

Методическое пособие «Природное ожерелье города Красноярска». Туристские маршруты по окрестностям Красноярска», Грудинова Л.А., методист КГБОУ ДО «Красноярский краевой центр туризма и краеведения»

2. Анкеты (входная и выходная)
3. Лекционный материал
4. Туристский продукт
5. Консультационный материал
6. Кейсы (приложение 1)
7. Методические материалы

## **Список литературы:**

1. Багаутдинова Ф.Г. Туристско-краеведческая деятельность в начальной школе. – М.: ЦДЮТиК МО РФ, 2002.
2. Величко М.Ф. Маленькие путешествия вокруг большого города. - Красноярск, 1989.
3. Дементьева Т.П. Методические рекомендации по проведению экскурсий со школьниками. – М.: ЦРИБ «Турист», 1974.
4. Дроздов Н.И. Красноярье: пять веков истории: Учебное пособие по краеведению. Часть I. – Красноярск: группа компаний «Платина», 2005.
5. Дроздов Н.И. Красноярье: пять веков истории: Учебное пособие по краеведению. Часть II/ – Красноярск: группа компаний «Платина», 2006.
6. Емельянов Б.В. Методика подготовки и проведения экскурсий. – М.: ЦРИБ Турист, 1980.
2. Емельянов Б.В. Организация экскурсионной работы: методика, опыт. – М. Профиздат, 1984.
3. Емельянов Б.В. Профессиональное мастерство экскурсовода. Учебное пособие – М.: ЦРИБ «Турист», 1986.
4. Енисейский энциклопедический словарь. Гл. редактор Дроздов Н.И. - Красноярск, 1998.
5. Короткий Л.М. Реки Красноярского края. - Красноярск, 1991.
6. Красноярск. - Красноярск, 1986.
7. Красноярск. Очерки истории города/Под ред. П.Н. Мешалкина. - Красноярск, 1988.
8. Красноярье: пять веков истории. Учебное пособие. – Красноярск, 2005
9. Персин А.И. Краеведение и школьные музеи: Учебно-методическое пособие. - М., ФЦДЮТиК, 2006.
10. Персин А.И. Словарь юного краеведа – М., ФЦДЮТиК, 2008.
11. Требования к методической разработке экскурсии. Методические рекомендации. - М. ЦРИБ «Турист», 1979.
12. Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. Менеджмент туризма, Москва, 2014.

## **Интернет источники**

1. <https://new.atlas100.ru/>
2. <http://my.krskstate.ru/>
3. <http://www.krstur.ru/marshrutno-kvalifikatsionnaya-deyatelnost/marshruty/>
4. <https://www.livejournal.com/media/>
5. <https://vk.com>
6. <https://tonkosti.ru/>
7. <https://visitsiberia.info/>

## **Сформированность необходимых умений для специалиста профессии «Бренд-менеджер туристских пространств».**

Участники получают текстовое описание задания.

Задание выполняется последовательно, согласно каждому модулю. Оценка также происходит от модуля к модулю.

Виды выполняемой работы в конкурсе: участник конкурса создает персональный туристский «блог», подготовленный с учетом запроса потребителя.

Модули, задания.

№п/п	Наименование модуля
1	Модуль 1. Изучение запросов.
2	Модуль 2. Поиск, сбор и анализ данных о территории.
3	Модуль 3. Составление образа пространства и формирование персонального туристского блога.
4	Модуль 4. Презентация туристского блога и ответы на вопросы.

### Модуль 1.

---

Участникам команды выдается задание.

Необходимо изучить интересы потребителя. Составить образ потребителя с учетом запросов. Проанализировать инфраструктуру предполагаемой территории исследования. Осуществить сбор и обработку полученной информации об исследуемой территории на основании изученного запроса клиента.

#### Задание 1.

Участникам придет сообщение в социальной сети «ВКонтакте», со следующим текстом, например: «Здравствуйте, меня зовут Сергей. Я приехал с г. Москвы и поступил на первый курс института нефти и газа Сибирского федерального университета. Подробная информация обо мне на моей странице».

Вам необходимо предложить клиенту подробный туристский маршрут в городе Красноярске и его окрестностях, с учетом его интересов. Необходимая информация о интересах клиента указана на странице в сети «ВКонтакте». Изучив эти интересы, необходимо сформировать запрос клиента. Затем провести поиск, сбор и анализ инфраструктуры, природных, культурно-исторических объектов территории, на основе которых будет сформирован турпродукт для клиента. По итогам проделанной работы Вам необходимо отобрать материал для туристского маршрута. Всю подготовленную информацию нужно, внести в документ Microsoft Word (с указанием ссылок на текстовые и мультимедийные источники, с обоснованием выбора того или иного объекта).

### Модуль 2.

---

Составить образ будущего персонального туристского блога. Создать образ и легенду местности, и вокруг этой легенды объединить весь дизайн, информационное освещение, виды туристских маршрутов и разнообразные мероприятия. Подготовить туристский маршрут.

#### Задание 2.

Участникам придет сообщение в социальной сети «ВКонтакте», со следующим текстом. «Добрый день, я часто читаю блоги в интернет-журнале LiveJournal. Хотелось бы прочитать Ваш подготовленный блог на этой платформе».

Вам необходимо составить образ будущего персонального туристского блога. В блоге необходимо учесть и разработать дизайн и айдентику пространства, легенду территории, информационное освещение данной территории. Всю подготовленную информацию нужно, внести в документ Microsoft Word (с указанием ссылок на текстовые и мультимедийные источники).

#### Модуль 3.

---

Сформировать туристский блог. Размещение блога на платформе LiveJournal. Презентация туристского блога.

#### Задание 3.

Сформировать туристский блог. Пройти регистрацию в интернет-журнале LiveJournal. Разместить блог в сети интернет на данной платформе. Провести презентацию блога не более 20 минут.

На каждого обучающегося заполняет индивидуальную карту по следующим критериям по трехбалльной шкале от 0 до 2:

#### Результат:

---

14 – 10 баллов – высокий уровень сформированности необходимых умений по программе.

9 – 6 баллов - средний уровень сформированности необходимых умений по программе.

5 – 1 баллов – низкий уровень сформированности необходимых умений по программе.

0 баллов – умения не сформированы