

Бондарь И.И.**УДК 338.48****ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ТУРИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ**

В последние годы туризм стал активным элементом цивилизованного мира, его по праву называют феноменом XXI века. Он способен играть роль локомотива в экономике государства в целом и региона - в частности, поскольку прямо или косвенно связан со многими отраслями народного хозяйства (транспортом, связью, градостроением и инженерной инфраструктурой, охраной окружающей среды, гостиничным хозяйством, индустрией питания, индустрией развлечений и т.д.) и с различными областями человеческих знаний (экономикой, маркетингом, юриспруденцией, психологией, социологией, информатикой, иностранными языками и др.). Сегодня туризм – это одна из самых высокорентабельных отраслей экономики, доходы от которой в ряде высокоразвитых стран превосходят поступления от экспорта нефти и нефтепродуктов, теле- и радиоаппаратуры, электронного оборудования.

Ключевой особенностью развития туризма в последнее десятилетие следует считать жесточайшую ценовую и неценовую конкурентную борьбу на национальном и интернациональном рынках. Она проявляется в погоне за внедрением современных технологий привлечения и обслуживания туристов, в применении инновационных подходов к развитию туристских территорий.

«Привлекательность» туристских центров обеспечивается многочисленными факторами, важнейшим из которых является наличие квалифицированного персонала, способного обеспечивать уровень сервиса, соответствующую атмосферу в местах отдыха и т.д. В ситуации, когда туризм все больше принимает рыночные формы функционирования, требуются профессионалы, владеющие специфическими технологиями, знающие особенности продвижения туруслуг, технологии общения с клиентами, иностранные языки и т.д.

Система профессионального высшего туристского образования развивается в настоящее время в условиях таких рыночных отношений, которые предъявляют новые требования к выпускникам вузов, менеджерам туризма и определяют спрос и предложение, конкуренцию и конкурентоспособность.

Проблема конкурентоспособности выпускников образовательного учреждения туристского профиля связана с переходом от процесса получения профессионального образования молодыми специалистами к непосредственно трудовой деятельности в условиях свободного рынка труда, имеющего свои законы и требования к ним в ходе профессиональной деятельности.[1] Современному специалисту необходимо качество конкурентоспособности, складывающееся из сочетания профессионализма и универсализма, предлагающего выпускника вуза рассматривать как «продукт производства в сфере образовательных услуг». Конкурентоспособный специалист – это специалист, способный достигать поставленные цели в разных, быстро меняющихся ситуациях за счет владения методами решения большого класса профессиональных задач и наличия определенных личностных качеств.

Основной закон свободного рынка «спрос определяет предложение» наглядно действует в сфере туризма и проявляется в постоянном повышении требований рынка труда (работодателей) к выпускникам вузов, соответственно – «предложение должно соответствовать спросу», т.е., туристские вузы должны готовить конкурентоспособных специалистов-менеджеров, соответствующих современным требованиям работодателей. Современные темпы развития туристской отрасли предъявляют постоянно растущие требования к учебным заведениям, готовящим профессиональные кадры для работы в туризме.

Ежегодные выпуски туристских вузов на рынок труда дипломированных специалистов превышают количество вакансий, несмотря на развитие туристского бизнеса. Просматривается как повышение конкуренции при трудоустройстве выпускников между вузами, так и повышение требований работодателей к уровню профессиональной подготовки выпускников туристских специальностей. Главное требование работодателей, предъявляемое к выпускникам - это наличие опыта работы, полученного ими в процессе прохождения учебно-производственной практики во время обучения в вузе. Программы учебно-производственных практик образовательных учреждений туристского профиля должны ориентироваться на непрерывное повышение таких характеристик менеджера по туризму, как квалификация и уровень подготовки, которые обеспечиваются посредством приобретения профессионального опыта работы в процессе прохождения всех этапов учебно-производственной практики в вузе. На сегодняшний момент большинство работодателей отмечают недостаточность уровня подготовки выпускников, их навыков практической работы.

По нашему мнению, учебно-производственная практика в вузе становится сегодня приоритетным направлением в учебно-воспитательном процессе. От эффективности организации, содержания, форм и методов профессиональной подготовки менеджеров туризма в процессе учебно-производственной практики и последовательности всех ее уровней зависит профессиональный рост студентов как будущих конкурентоспособных специалистов.

Причем, необходимо отметить, что качество проведения практик важно для всех трех участников этого процесса: студентов-практикантов, турпредприятий (будущих работодателей) и вуза. В результате качественно проведенных практик студент приобретает необходимые умения и навыки. Работодатель получает грамотных специалистов. Вуз становится более привлекательным для новых абитуриентов. Центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии» выяснял, какой фактор является для абитуриентов и их родителей решающим при выборе вуза. На первом месте оказались перспективы трудоустройства (из

2234 опрошенных за этот фактор проголосовало 579 человек), на втором месте – качество образования (576 человек). Оба этих фактора напрямую связаны с организацией практик в вузе.[3, с.32]

Поскольку туристские и гостиничные предприятия неохотно берут студентов на практику (по учебному плану она должна проходить в разгар сезона, когда турпредприятия перегружены работой), особенно тех студентов, которые еще не имеют даже первоначальных профессиональных навыков (например, во время первой учебно-ознакомительной практики), то мы предлагаем решение этой проблемы за счет создания учебно-производственного предприятия на базе Севастопольского филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Саратовский государственный социально-экономический университет».

Студенты Севастопольского филиала ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный социально-экономический университет» специализации «Гостиничный и туристический бизнес» совмещают теоретическое обучение в вузе с учебно-ознакомительной, экономической и практикой менеджмента, преддипломной практикой в гостиницах и ресторанах, туристических фирмах не только г.Севастополя, но и Ялты, Евпатории, Киева. Важную роль в выборе мест для прохождения практики оказывают заключенные договора между СФ ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный социально-экономический университет» и ООО гостиница «Ярта», гостиница «КРЫМ», ЧП Куприн «Гостевой дом», Мини-отель «Морской бриз», ресторан «Золотой берег», база отдыха «Изумруд-2», ООО «Ореол-Тур», туристическими агентствами, - филиал ООО «Вояж-Киев» в г. Севастополе и ООО «Эвотек», филиал ЗАО «Крымтур» ТОК «Крым», оздоровительно-спортивным комплексом КНУ им. Т. Шевченко, Севастопольским информационным центром развития туризма, турагентство «GORAL TRAVEL», ЧП «Ан -Тур», гостинца «Олимп» и ООО «Кандагар».

При прохождении практики студенты встречаются с работниками этих организаций: директорами туристических агентств, гостиниц, ресторанов. Ежегодно студенты Севастопольского филиала ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный социально-экономический университет» посещают Международную ярмарку «Крым. Курорты. Туризм», которую проводит Министерство курортов и туризма Автономной республики Крым с посещением экскурсий по южному берегу Крыма, выставок, презентаций туроператоров и турагентств. Сегодня выставка приобрела совершенно особый статус, обусловленный нынешней экономической ситуацией. Она стала зеркалом отрасли, дающим четкое представление о том, кто остался «на плаву», а кто ушел с рынка, какие ниши освободились и как следует планировать свою тактику и стратегию в новых реалиях. Поэтому целесообразно, чтобы на ярмарке студенты ознакомились и с презентационной деятельностью той или иной фирмы.

Учебно-ознакомительная практика начинается с 3-го курса и продолжается 12 дней. За это время студенты должны ознакомиться с основными туробъектами и особенностями их обслуживания, с особенностями работы с клиентской базой и клиентами на местах, посетить объекты экскурсионного обслуживания, питания и изучить базовый набор документации, предназначенный для полноценной деятельности турфирмы, ознакомиться со структурой предприятия и функциями каждого подразделения; изучить особенности работы зарубежного туризма (знать понятие «шенген», процедуру оформления заграничных паспортов, нормативные документы и т.д.).

Во время прохождения практики студенты постигают азы гостеприимства, приобретают первые навыки решения проблем, которые могут возникнуть в процессе работы, а также получают необходимые знания по защите информации, охране труда, этике поведения, личной гигиене, правила предоставления услуг, технологии обслуживания и пожарной безопасности.

Отдельно должно уделяться время на изучение сферы детского туризма, так как обслуживание детских групп имеет свою специфику - нормативные акты по обслуживанию, сопровождению и передвижению группы.

Уже к 3-му курсу студент должен иметь не только хорошую теоретическую подготовку, развитые профессиональные и личные качества (доброжелательность, гостеприимство, пунктуальность), необходимые для работы в гостиничном бизнесе, но и обладать готовыми рецептами выхода из сложных ситуаций, а также постоянно расширять знания в области коммуникации и усовершенствования методов привлечения клиентов, работы с бизнес-партнерами.

На экономическую и практику менеджмента отводится 36 дней. За этот период студенты должны изучить все производственные процессы, от уборки до обслуживания банкетов и бронирование номеров; получить комплексное представление о деятельности гостиницы (в зависимости от того, где студент проходит практику), ознакомиться с особенностями конкретных технологий.

Как правило, руководители практики от предприятий - это среднее звено, они рассказывают о реальных ситуациях из собственной практики, о том, как конкретно решались те или иные проблемы. Это менеджеры по туризму, знающие все процессы, которые происходят в гостинице и умеющие при необходимости самому показать, что и как надо делать.

Руководителями практик от предприятий должны быть менеджеры и управляющие гостиниц и ресторанов с многолетним опытом работы. Но консультации этих должностных лиц регламентированы жесткими временными рамками, не всегда удается провести назначенную консультацию в срок или получить ответы на поставленные вопросы в полном объеме. Плотный рабочий график этих руководителей, особенно в период туристического сезона, не позволяет провести полноценное консультационное занятие. Особо деликатной темой в данном контексте может стать вопрос о соблюдении руководящим лицом

коммерческой тайны. Не всегда руководитель склонен делиться подробностями своих практических наработок, своими секретами, поэтому студент не дополучает в полном объеме практические знания.

Можно сделать вывод, что очень важно подыскать работу по специальности, ведь, с точки зрения работодателей, наиболее востребован специалист, имеющий хорошие практические навыки.

На наш взгляд, необходимо с 1-го курса ввести практические занятия с презентациями в отеле, с рассказами об особенностях обслуживания туристов в гостиницах разной звездности, ознакомить с различными видами номеров, работой блока питания, с отделом бронирования, на ресепшн. Более уместно было бы привлекать к таким занятиям профессиональных, квалифицированных бизнес тренеров.

Важно, чтобы и студент обладал такими личностными качествами, как обучаемость, позитивный настрой, стремление к профессиональному развитию, знание иностранного языка, а то и нескольких, коммуникабельностью.

Естественно, с учетом вышеперечисленных аспектов не вполне правомерно считать сроки, отведенные на проведение практических занятий, соответствующими реальной потребности как студента-практиканта, так и в дальнейшем потенциального работодателя. Усовершенствование системы прохождения практики, более тесное взаимодействие университета и фирм-баз практик позволит гостиницам, туристическим фирмам повысить качество персонала, а вузам – совершенствовать уровень подготовки студентов.

Источники и литература:

1. Профорентация: Кем стать? : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.proforientator.ru/votes>
2. Туробразование в Украине : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.tourua.com/ru/tour_education/education_ukr/
3. Власова Т. И. Взаимодействие туристского ВУЗа с работодателями как важнейшее условие обеспечения качества образования и трудоустройства выпускников / Т. И. Власова // Туристские фирмы. – СПб. : Невский фонд, 2005. – № 35. – С. 78.
4. Педагогіка туризму : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред.: проф. В. К. Федорченка, проф. Н. А. Фоменко, доц. М. Л. Скрипник, доц. В. К. Цехмістрової. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2004.

Бурлай Н.В.

УДК 802/809

КЕЙС-МЕТОД В ПРЕПОДАВАНИИ ДЕЛОВОГО ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Информационное общество XXI века предъявляет новые требования к качеству подготовки профессиональных кадров. Процессы глобализации и расширение международных контактов между странами обусловили необходимость углублённого изучения профессионального аспекта иностранных языков. Языком международного общения сегодня является английский язык, и в соответствии с современными условиями мирового развития приоритетным направлением в преподавании английского языка становится обучение его профессиональным аспектам.

В современных условиях особенности профессиональной деятельности экономистов и менеджеров неизбежно влияет на процесс их подготовки в высших учебных заведениях. Наряду с традиционным подходом к преподаванию, наблюдается повышение интереса к использованию инновационных активных обучающих технологий, способствующих максимально приблизить обучение к реальным ситуациям, существующим на рынке труда, товаров и услуг.

На современном этапе цель обучения заключается не в овладении готовыми решениями, а в выработке знаний в процессе совместного творчества студентов и преподавателя.

Стили преподавания и стили изучения дисциплин меняются, и преподаватель сегодня призван найти эффективные методы и приемы обучения, ориентированные на большую активность студентов. Известно, что студенты могут учиться гораздо эффективнее, будучи активно вовлечёнными в процесс обучения, чему способствует применение метода кейс-стади.

Внедрение метода кейс-стади (case-study) в практику высшего профессионального образования в настоящее время является весьма актуальной задачей, что обусловлено следующим:

1. общая направленность развития образования сегодня – это принцип не столько получения конкретных знаний, сколько формирования профессиональной компетентности, умений и навыков мыслительной деятельности, развитие способностей личности, среди которых особое внимание уделяется способности к обучению, смене парадигмы мышления, умению перерабатывать огромные массивы информации;

2. вторая тенденция вытекает из развития требований к качеству специалиста, который, помимо удовлетворения требованиям первой тенденции, должен обладать также способностью оптимального поведения в различных ситуациях [9].

Метод кейс-стади (от англ. case – случай, ситуация) – имитационный активный метод, заключающийся в проблемно-ситуационном анализе, и основан на обучении путём рассмотрения конкретных задач – ситуаций (кейсов).

Данный метод профессионально ориентированного обучения в зарубежной и российской литературе фигурирует под разными названиями: метод конкретных ситуаций, метод изучения ситуации, метод деловых историй, ситуационная методика, метод ситуационного обучения, кейс-метод [8].