

Приложение 1 к РПД
Туристское легендирование
43.03.02 Туризм, направленность (профиль)
Технология и организация туроператорской
и турагентской деятельности
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | Кафедра | Сервиса и туризма |
| 2. | Направление подготовки | 43.03.02 Туризм |
| 3. | Направленность (профиль) | Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности |
| 4. | Дисциплина | Туристское легендирование |
| 5. | Форма обучения | очная |
| 6. | Год набора | 2022 |

I. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных и практических занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

Работа с лекционным материалом – это работа с записями.

Материал лекций является алгоритмом поиска информации на заданную тему, ориентирует в проблемах и ресурсах информационных систем. Материалы лекции необходимо использовать для подготовки к практическим занятиям. В ходе лекции следует внимательно относиться к тем моментам, где преподаватель указывает на основные и дополнительные источники информации: следует четко записывать данные источника, оставлять место для дополнительных комментариев, а также для того, чтобы записать аналогичный источник информации, раскрывающий данный пункт темы. В качестве дополнительной работы следует применять метод формализации записей, то есть на свободном месте создавать схемы, зафиксированного материала. Новые термины, понятия, определения следует выделять, добиваться глубокого запоминания формулировок, а также мысленно выстраивать логику связей между терминами и определениями различных модулей.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

Практические занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а

также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Рекомендуется подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой тематике, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Список рекомендованной литературы следует дополнить современными источниками, в том числе аналитикой по реализованным проектам в креативных индустриях, культурных мероприятий.

1.3. Методические рекомендации по подготовке презентации

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 7-12 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить ключевые вопросы, представленные в презентации
- оставшиеся слайды имеют информативный характер.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Тщательно структурированная информация.
2. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
3. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
4. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
5. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
6. Графика должна органично дополнять текст.
7. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

1.4 Методические рекомендации по решению кейс-заданий

Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой неигровой имитационный метод активного обучения, где ключевым методом является проблемно-ситуационный анализ, который представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую в качестве задачи для анализа и поиска решения. Прагматический анализ предполагает осмысление того или иного объекта, процесса, явления с точки зрения более эффективного использования в практике работы организации (диагностику содержания деятельности в ситуации, ее моделирование и оптимизацию).

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Применение кейсов может быть предложено для самостоятельной работы, коллективного обсуждения, а также для оценочных задач в индивидуальной работе со студентами.

1.5 Работа с дополнительной литературой и другими источниками информации

Эта работа отражает специфику дисциплины, где в базовых основаниях в большей мере лежат электронные ресурсы, оцифрованные учебные материалы. Это повышает требования к умению работать с большими объемами данных, агрегировать знания из различных источников, самостоятельно выстраивать логику освоения нового материала, в том числе дополнительного характера. Рекомендуются использовать источники информации официального характера, открытые ресурсы исследовательских и проектных университетов, веб-порталы бизнес-ассоциаций и образовательных площадок. Вместе с тем для освоения курса целесообразно проводить мониторинг социальных медиаресурсов, которые имеют группы по изучаемой теме. Для формирования экспертного опыта необходимо использовать отзывы посетителей о дизайн-проектах, мобильных сервисах и других продуктах, связанных с инновациями в туризме.

Оценка эффективности самостоятельной работы проводится в ходе аудиторных занятий, путем использования контрольных вопросов и тестовых материалов, связанных с темами, нераскрытыми в лекции. Также на основании знаний, полученных индивидуально, студентам предлагается принять участие в научно-практических конференциях, неделе науки и др.

Для формирования компетенций и углубленного изучения вопросов следует составлять схемы, алгоритмы и таблицы. Итоговый материал должен быть кратким, содержать примеры, географические названия, профессиональные термины.

1.6 Методические рекомендации к экзамену (зачету)

Зачет проводится по результатам выполненных на практических занятиях заданий (кейсов).

II. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическое занятие 1.

Тема: Предпроектный этап и проектирование туристской легенды.

Часть 1.

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Исследование культурного текста территории.
2. Ошибки туристских брендов.
3. Целевые аудитории как потребители и носители новых мифов.
4. Туристская легенда как интеллектуальный продукт (структура, характеристики).
5. Параметры успешной туристской легенды.
6. Этапы создания туристской легенды, тестирование замысла и прототипа дизайна легенды.
7. Цель и этапы создания образно-географической карты.
8. Сторителлинг для объектов, событий, турпродуктов.

Вопросы для самоконтроля:

1. Кто является «заказчиком» новых туристских легенд?
2. Каким образом стереотипы мешают и помогают создавать новые легенды?
3. Почему успешная фабула из легенды одной территории не находит поддержки в обществе другой территории?
4. Какие туристские легенды охотно воспринимаются как местными жителями, так и туристами?
5. Что такое «гетеротопия»?

Часть 2. Интерактивное занятие - практикум

Кейс: Прочитать текст, где обобщены научные культурологические исследования озера Сейдозера, описания рекламных текстов на сайтах туристских порталов, тексты из «живых журналов» путешественников – составить ментальную карту конвергенции и дивергенции позиций, формирующих легенду природной локации, которая является высоко привлекательной для туристов.

Задание для самостоятельной работы:

Собрать материалы с описаниями озера Сейдозера для коллективного обсуждения.

Литература [1; 2]

Практическое занятие 2.

Тема: Предпроектный этап и проектирование туристской легенды.

Часть 1.

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Жизненный цикл туристского мифа: понятие, технологии управления
2. Каналы, ресурсы и триггеры трансляции туристского мифа.
3. Визуализация и материализация туристской легенды.
4. Событийный маркетинг в туристском легендировании.
5. Синергия туристских легенд в продвижении территорий.
6. Редизайн старых мифов в туристском легендировании.

Вопросы для самоконтроля:

1. Почему люди в целом и туристы в частности склонны доверять легендам, у которых есть исторические корни?
2. Кто является носителем новой туристской легенды? Можно ли усилить коммуникативную активность для распространения легенды более быстрыми темпами?
3. Какая позитивная информация распространяется быстрее, чем негативные слухи?

Часть 2. Интерактивное занятие - практикум

Кейс: На международной выставке, где, в том числе, много представителей отечественного турбизнеса, планируется презентация комплекса легенд по небольшой, но вполне доступной арктической локации. Предложите решения для разных целевых аудиторий, которые позволят успешно продвинуть легенды.

Задание для самостоятельной работы:

Создать чек-лист «Ошибки продвижения легенды», использовать его для оценки проектов на практическом занятии.

Литература [3; 4]