

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ

УДК 378.09:796.5:371.315.7

ДИСТАНЦИОННЫЕ УЧЕБНЫЕ КУРСЫ В СИСТЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Бескоровайна Л.В., к.пед.н., доцент

Запорізький національний університет

На основе анализа и синтеза психолого-педагогической и специальной литературы по туризму, а также собственных исследований, в статье освещены некоторые аспекты дистанционных учебных курсов в системе профессиональной подготовки будущих специалистов туристической отрасли.

Ключевые слова: дистанционные курсы, профессиональная подготовка, туризм, будущие специалисты.

Бескоровайна Л.В. ДИСТАНЦІЙНІ НАВЧАЛЬНІ КУРСИ В СИСТЕМІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ / Запорізький національний університет, Україна.

На основі аналізу і синтезу психолого-педагогічної та спеціальної літератури по туризму, а також власних досліджень, у статті висвітлені деякі аспекти дистанційних навчальних курсів у системі професійної підготовки майбутніх фахівців туристської галузі.

Ключові слова: дистанційні курси, професійна підготовка, туризм, майбутні фахівці.

Bezkorovaina L.V. CONTROLLED FROM DISTANCE EDUCATIONAL COURSES IN THE SYSTEM OF PROFESSIONAL PREPARATION OF SPECIALISTS TO BE OF TOURIST INDUSTRY / Zaporizhzhya national university, Ukraine.

On the basis of analysis and synthesis of psycho-pedagogical psycho-pedagogical and special literature of tourism, and also own research, in the article some aspects of the controlled from distance educational courses are lighted up in the system of professional preparation of future specialists of tourist industry.

Key words: the controlled from distance courses, professional preparation, tourism, specialists to be.

ВСТУПЛЕНИЕ

Современный туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. Сегодня эта отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей экономической деятельности, а также важным источником иностранной валюты и средством обеспечения занятости населения для многих развивающихся стран. В этой связи развитие массового туризма требует подготовки высококвалифицированных профессиональных кадров для данной сферы хозяйственной деятельности Украины.

Теоретической основой изучения данной проблемы послужили основные положения и фундаментальные исследования по вопросам профессиональной педагогики (В.П. Беспалько, Л.П. Сущенко, С.А. Сысоева и др.); по общим принципам дидактики (Ю.К. Бабанский, П.Я. Гальперин, В.В. Давыдов, Н.Ф. Талызина и др.); педагогические исследования по проблемам формирования содержания профессионального образования (В.И. Жолдак, А.М. Новиков, В.Д. Чепик и др.); по общетеоретическим вопросам психологии (Л.С. Выготский, В.В. Давыдов, А.Н. Леонтьев, К.К. Платонов, С.Л. Рубинштейн и др.); по вопросам туристского образования (И.В. Зорин, В.А. Квартальнов, В.К. Федорченко и др.); дистанционного обучения в системе туристского образования (В.Г. Расходчиков и др.) законодательные и нормативные документы по вопросам общего и профессионального образования и по туризму [4, 5, 6].

ФОРМУЛИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ РАБОТЫ

Выявленные аспекты проблемы определяют *цель статьи*, которая заключается в раскрытии некоторых особенностей применения дистанционных учебных курсов в системе профессиональной подготовки будущих специалистов туристской отрасли в Запорожском национальном университете.

Основные задания исследования:

1. Выявить на основе теоретического анализа особенности профессиональной подготовки будущих специалистов туристской отрасли.
2. Проанализировать использование дистанционных учебных курсов в системе профессиональной подготовки будущих специалистов туристской отрасли.
3. Раскрыть особенности разработки и применения дистанционных учебных курсов в системе подготовки будущих специалистов туристской отрасли в Запорожском национальном университете.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Современное социально-экономическое значение туризма в жизни общества и формирующийся рынок туристских услуг диктуют необходимость совершенствования процессов подготовки кадровых ресурсов, разработки содержания профессионального образования, а также эффективных форм и методов подготовки будущих специалистов.

Деятельность будущего специалиста в области туризма сложна и многогранна, она должна быть направлена на удовлетворение потребностей клиентов. Что же должен уметь хороший менеджер по туризму? Менеджер должен владеть культурой мышления, знать его общие законы, быть способным лаконично излагать свои мысли в письменной и в устной форме.

Для того, чтобы разумно сочетать гуманитарные и социально-экономические аспекты туризма, будущему специалисту необходимо видеть их взаимосвязь.

На основе анализа научных работ ведущих специалистов в области туризма, а также на основе собственных исследований, можно утверждать, что структура профессиональной готовности будущего специалиста по туризму к будущей профессиональной деятельности должна включать следующие компоненты:

– *владение системой теоретических знаний и практических умений управления* – наличие у менеджера специальной подготовки в области теории управления, знание основ современной макро- и микроэкономики, общей теории принятия управленческих решений, умение применять экономико-математические методы для оптимизации решений, наличие навыков работы с компьютером, также, учитывая динамичный характер развития современной теории и практики менеджмента, склонность будущего специалиста к постоянному обучению и повышению своей профессиональной квалификации;

– *компетентность в области своей профессиональной деятельности* – предусматривает наличие специальных знаний будущего специалиста в вопросах технологии производственных процессов (разработки экскурсий, программ обслуживания и предоставления услуг), теоретических и практических аспектов производства нового продукта и расширения ассортимента действующего продукта, его переработки и обновления; возможностей использования ресурсного потенциала; дифференциации программ и обслуживания;

– *способность к коммуникации и умение работать с людьми* – эти требования основываются на том, что менеджер является связующим звеном в системе коммуникации туристской фирмы;

– *личностные качества менеджера по туризму* – аналитический склад ума, гибкость мышления, способность к концептуализации; менеджер должен быть организатором по своей сути, инициатором, творческой личностью, новатором, руководителем, прагматиком; коммуникабельным, культурным, вежливым, дипломатичным и харизматичным;

– *профессиональные качества менеджера по туризму* – умение организовать свой труд, владение специализированными компьютерными программами для сбора, обработки и передачи информации; способность к мобильности, быстрому переобучению, приобретению новых знаний; наличие у будущего специалиста нестандартного мышления; наличие знаний в области управления, психологии, педагогики, маркетинга; наличие организаторских способностей, готовность к кооперации с коллегами по работе; коммуникативность, компетентное ведение переговоров [1, 3].

Для эффективной профессиональной подготовки будущих специалистов и формирования необходимого уровня указанных компонентов готовности студентов к выполнению профессиональной деятельности необходим правильный выбор методов обучения.

Современные обучающие технологии, активно применяемые во многих развитых странах мира, основываются на последних достижениях в области информатики и вычислительной техники. Они включают в себя разные виды компьютерного обучения, спутниковое телевидение, использование различных средств коммуникации. Все это создает новую технологическую среду для системы высшего образования. Перспективность использования информационных технологий в образовании, и частности, в профессиональном образовании, сегодня очевидна [2].

В процессе профессиональной подготовки будущих специалистов необходимо учитывать, что важна не информационная технология сама по себе, а то, насколько ее использование служит достижению образовательных целей.

Выбор средств коммуникации должен быть определен не технологией, а содержанием, то есть, в основе выбора технологий должно лежать исследование содержания учебных курсов дисциплин, степени необходимой активности студентов, их вовлеченности в учебный процесс, конкретных целей и ожидаемых результатов обучения. Результат обучения зависит не от типа коммуникационных и информационных технологий, а от качества разработки и предоставления курсов.

В процессе выбора необходимых технологий нужно учитывать наибольшее соответствие некоторых технологий характерным чертам студентов, специфическим особенностям конкретных предметных областей, преобладающим типам учебных заданий и упражнений.

В современных педагогических концепциях обучение перестает рассматриваться только как процесс передачи знаний от педагога к студенту. Также представляется обедненной трактовка обучения как процедуры выработки необходимых навыков и умений.

Разумеется, упомянутые элементы учебного процесса полностью не отрицаются. Более того, во многих курсах дисциплин присутствуют простая передача сведений учебного характера материала и процедуры выработки требуемых умений и навыков, формирование на их основе развитых видов деятельности. Но следует учитывать, что учебные цели здесь более широкие – формирование творческой личности студента, развитие личностных механизмов адаптации к условиям быстро меняющегося мира, способностей к постоянному развитию и самосовершенствованию, готовности и способности осваивать новые области будущей профессиональной деятельности.

С целью оптимизации профессиональной подготовки студентов специальности «Туризм» факультета «Физического воспитания» Запорожского национального университета нами разработан дистанционный курс дисциплины «Основы маркетинга». Материалы данного курса представлены на официальном сайте университета.

Цели и задачи дистанционного курса дисциплины «Основы маркетинга», место в учебном процессе.

Основным критерием успешной деятельности на рынке, как известно, является прибыль. Она заложена в идеологии ведения бизнеса, и основная роль в достижении этого соответствия принадлежит маркетингу. Сочетание интересов не только предпринимательства и потребителей, а также общества в целом лежит в основе современной концепции маркетинга.

Критерий коммерческого успеха – прибыль. Она заложена и в рыночный механизм удовлетворения покупательского спроса: покупатель своим кошельком предопределяет результат конкурентной борьбы, выбирает те товары, которые были созданы и выдвинуты на рынок в соответствии с изучением потребностей потребителей. Сделать рынок «прозрачным», его развитие предсказуемым, товар – конкурентоспособным, потенциальных потребителей – реальными покупателями – вот далеко неполный перечень целей маркетинга.

Формирование отечественного рынка, неизбежный переход к цивилизованным формам его функционирования заставляют предпринимателей всех областей хозяйственной деятельности, в том числе, и сферы туризма, все чаще обращаться к возможностям маркетинга, внедрять его принципы и методы в повседневную деятельность по разработке товарной политики и доведению товаров от производства до потребителя.

Это обусловило потребность в высококвалифицированных специалистах по управлению рыночной деятельностью и изучению рынка – маркетинг-менеджеров и маркетологов, а также руководителей маркетинговой деятельностью – маркетинг-директоров.

Становится все очевидней, что и сами предприниматели должны овладеть маркетинговыми знаниями, которые обеспечат им проведение конкурентоспособной стратегии. Во всех сферах экономической деятельности растет понимание того, что маркетинг – естественная функция современного бизнеса. Курсы маркетинга включены в программы всех экономических учебных заведений мира.

Целью изучения данной дисциплины является формирование у студентов отрасли туризма маркетингового мировоззрения, получение ими базовых знаний в области маркетинговой политики туристских компаний.

Задачей учебного курса является знакомство студентов с основными положениями теории маркетинга, обучение студентов приемам и методам функционального маркетинга, ознакомление с методами сбора и анализа маркетинговой информации, подготовка к работе в условиях реального маркетинга.

Связь с другими дисциплинами.

Курс маркетинга базируется на категориях и выводах экономической теории (теории «экономикс»), на теоретических предпосылках и положениях, рассмотренных в курсах «Микроэкономика», «Статистика рынка», тесно связан с курсами теории бизнеса и менеджмента.

Изучение маркетинга подкрепляется также владением студентами знаниями в области компьютерной технологии.

Знания, умения и навыки, которые должны приобретаться студентами.

В результате изучения дисциплины студенты должны *знать*:

- особенности и инструменты стратегического и оперативного маркетинга;
- маркетинговую составляющую всех стадий создания и движения товара от его замысла до реализации спроса на него;
- инструменты товарного маркетинга, ассортиментной и марочной политики;
- принципы маркетингового ценообразования;
- технологию сбыта товаров;
- методы формирования каналов товародвижения;
- способы продвижения товаров и другие инструменты воздействия на поведение потребителей;
- методологию маркетинговых исследований.

По окончании обучения студенты должны *уметь*:

- ориентироваться на рынке маркетинговой информации;
- грамотно организовать сбор и обработку необходимых для маркетингового исследования данных;
- осуществить анализ рыночных параметров;
- разрабатывать маркетинговые стратегии, исходя из результатов ситуационного анализа и целей туристской фирмы;
- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Студенты должны *приобрести навыки*:

- сегментации рынка;
- составления маркетинговых планов;
- определения оптимальных для успешной деятельности на рынке товарных характеристик, цен, условий дистрибуции и продвижения.

Основные виды занятий и особенности их проведения при изучении данной дисциплины, формы активных методов обучения.

Процесс обучения включает:

- лекционную форму освоения учебного материала (с использованием Power Point),
- решение учебных задач,
- построение сценариев развития различных ситуаций на основе заданных условий,
- самостоятельные творческие (на разрешение проблемы) работы,
- тестирование по каждой теме,
- занятия в компьютерном классе.

Виды текущего, промежуточного и рубежного контроля знаний студентов по дисциплине «Основы маркетинга».

Тестирование и творческие работы, являясь регулярными, служат одновременно формой текущего и промежуточного контроля приобретаемых студентами знаний по данному курсу дисциплины.

Обучение завершается итоговым контрольным опросом по всем темам курса дисциплины. По окончании изучения всех разделов курса, при положительных оценках по тестам всех разделов, студенты допускаются к экзамену.

ВЫВОДЫ

Современный туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Развитие туризма требует подготовки высококвалифицированных профессиональных кадров для данной сферы хозяйственной деятельности Украины. На

основе анализа литературы показано, что в связи с технологической революцией в образовании, вызванной быстрым прогрессом информатики и средств коммуникации в мировом сообществе, спектр дидактических средств и возможностей применения дистанционных методов обучения расширяется.

Оптимизация профессиональной подготовки способствует формированию творческой личности студента, развитию личностных механизмов адаптации к условиям быстро меняющегося мира, способностей к постоянному развитию и самосовершенствованию, готовности и способности будущих специалистов осваивать новые области профессиональной туристской деятельности.

Перспективы дальнейших исследований видим в изучении других аспектов профессиональной подготовки будущих специалистов в области туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ганопольский В.И. Туризм и спортивное ориентирование. Учебник для институтов и техникумов физической культуры / В.И. Ганопольский, Е.Я. Безносиков, В.Г. Булатов. – М.: Физкультура и спорт, 1987. – 240 с.
2. Кареліна О.В. Формування умінь з інформаційних технологій у процесі дистанційного навчання студентів вищих економічних навчальних закладів : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Кареліна Олена Володимирівна ; Тернопільський національний педагогічний ун-т ім. Володимира Гнатюка. – Тернопіль, 2005. – 20 с.
3. Расходчиков В.Г. Дистанционное обучение в системе повышения квалификации специалистов туристской сферы деятельности : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Расходчиков Виталий Геннадьевич. – Москва, 2003. – 182 с.
4. Сисоева С.О. Неперервна професійна освіта в контексті її технологічного забезпечення / С.О.Сисоева // Неперервна професійна освіта: теорія і практика. – 2004. – Вип. 2. – С. 96-103.
5. Талызина Н.Ф. Педагогическая психология : учеб. пособ. [для студентов сред. пед. учеб. заведений] / Талызина Нина Федоровна. – М.: Академия, 1998. – 287 с.
6. Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня докт. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Федорченко Володимир Кирилович; Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України. – К., 2005. – 43 с.

УДК 379.8.091-057.875

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВІЛЬНОГО ЧАСУ СТУДЕНТАМИ ФАКУЛЬТЕТУ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

Бессарабова О.В., к.пед.н., викладач

Запорізький національний університет

У статті на основі теоретичного аналізу психолого-педагогічної літератури та анкетування студентів визначені шляхи оптимізації змісту навчальних дисциплін із проблем рекреації з