

Подлиских В.Е., канд. биол. наук

Анисим А.Н.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Podlisskikh V.E., Cand. of Biol. Science

Anisim A.N.

Belarusian State University of Physical Culture
The Republic of Belarus, Minsk

РАЗРАБОТКА ЧАСТНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ МОДЕЛИ СПЕЦИАЛИСТА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В АСПЕКТАХ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРОВ, ОСНОВАННЫХ НА ДВИГАТЕЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИИ ТУРИСТОВ

Аннотация. В статье представлены результаты разработки частной компетентностной модели специалиста с высшим образованием в сфере туризма и гостеприимства, обуславливающей его профессиональные способности к проектированию рекреационных туров с активными способами передвижения по маршруту.

Ключевые слова: компетентностная модель; проектирование туров; двигательная рекреация; образовательный процесс.

DEVELOPMENT OF A PRIVATE COMPETENCY MODEL OF A SPECIALIST IN TOURISM AND HOSPITALITY IN THE DESIGN ASPECTS OF TOURS BASED ON MOTOR RECREATION OF TOURISTS

Abstract. The article presents the results of a private competency model development for specialists with higher education in tourism and hospitality. The model determines professional skills of specialists to design recreational tours with active ways of traveling along the route.

Keywords: competence model; tour design; motor recreation; educational process.

Компетентностный подход к подготовке студентов, обучающихся на первой ступени высшего образования по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», предполагает конструирование и применение 2 основополагающих моделей: компетентностной модели выпускника и модели формирования компетентности. Компетентностная модель выпускника отражает необходимые результаты образования – систему представленных в учебном плане подготовки специалистов универсальных, базовых профессиональных и специализированных компетенций. Модель формирования компетентности определяет процесс достижения необходимого образовательного результата [2, 3].

Область профессиональной деятельности специалиста в сфере туризма и гостеприимства (далее – специалиста) включает оказание услуг средствами активного рекреационного туризма, направленных на физическую (физкультурно-спортивную) рекреацию, оздоровление, активный отдых потребителей. Соответствующими объектами профессиональной деятельности специалиста являются, среди прочих, туристические продукты (туры), основанные на двигательной рекреации туристов и технологии их проектирования. Степень эффективности работы специалистов с данными объектами существенно зависит от их компетентности в осуществлении туроператорской деятельности в области активного рекреационного туризма. В связи с этим весьма актуальной проблемой планирования и организации образовательного процесса по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» является разработка компетентностной модели выпускника в аспектах проектирования пешеходных, водных (на гребных судах), велосипедных туров.

Цель представленной работы – разработать частную компетентностную модель специалиста (выпускника УВО туристского профиля), обуславливающую его способность к проектированию рекреационных туров с активными способами передвижения туристов по маршруту.

Для достижения поставленной цели в ходе выполнения работы было необходимо:

1) сформулировать соответствующую интегральную специализированную компетенцию – компонент целостной компетентностной модели выпускника УВО, выполнившего план подготовки по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»;

2) провести декомпозицию интегральной специализированной компетенции: определить частные компетенции, индикаторы их достижения и соответствующие им дескрипторы (результаты обучения).

В учебном плане подготовки специалистов в учреждении образования «Белорусский государственный университет физической культуры» знания, умения, навыки студентов в аспектах проектирования активных рекреационных туров и способности к их применению в профессиональной деятельности включены в состав специализированной компетенции СК-22 «Организовывать туристско-оздоровительную деятельность с различным контингентом лиц, занимающихся туризмом». СК-22 формируется в результате освоения обучающимися учебного модуля «Рекреационные основы туризма», в который входят учебные дисциплины: «Рекреалогия», «Туристско-оздоровительная деятельность», «Основы физиологии человека и гигиены», а также прохождения ими учебных практик по рекреационно-оздоровительному, туристско-спортивному и водному походам.

Для разработки частной компетентностной модели специалиста, обуславливающей его способность к проектированию активных рекреационных туров, мы сформулировали как компонент СК-22 интегральную компетенцию, которая точно отражала предмет исследования – «Проектировать туристические про-

дукты, основанные на двигательной рекреации туристов» (компетенции присвоен индекс СК-22-1).

Далее следовало провести декомпозицию СК-22-1: определить частные (составляющие ее) компетенции, индикаторы их достижения, а также дескрипторы (результаты освоения учебной дисциплины «Туристско-оздоровительная деятельность» (ТОД) и прохождения походных практик), сформулированные в категориях «знать», «уметь», «владеть» [1, 3]. Система индикаторов достижения компетенций определяет структуру деятельности – показывает, какие действия (профессиональные функции) по проектированию активных туров сможет выполнять выпускник. Система дескрипторов позволяет определить допустимые уровни сформированности и осуществлять мониторинг степени сформированности СК-22-1 в образовательном процессе.

Сформулированные нами составляющие интегральной компетенции СК-22-1 и индикаторы их достижения представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Частная компетентностная модель выпускников УВО, обучавшихся по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство», обуславливающая их способности к проектированию активных рекреационных туров

Код и наименование составляющих компетенций	Индикаторы достижения компетенций
Интегральная компетенция СК-22-1: «Проектировать туристические продукты, основанные на двигательной рекреации туристов»	
СК-22-1.1 Способность собирать, обрабатывать и интерпретировать информацию, необходимую для проектирования активных туристических продуктов (проектно-аналитическая)	<p>Читает топографические и туристские карты, проводит необходимые для планирования маршрута активного тура измерения.</p> <p>Применяет картографический метод для оценки туристско-рекреационного потенциала территории и планирования маршрута активного тура</p>
СК-22-1.2 Владение современными технологиями и методами проектирования туристических продуктов, основанных на двигательной рекреации туристов (проектно-аналитическая)	<p>Знает характерную структуру услуг туристических продуктов, основанных на двигательной рекреации туристов.</p> <p>Знает и понимает основные показатели качества маршрутов рекреационных туристских походов.</p> <p>Создает модель оптимального маршрута активного тура; использует ее для разработки реального маршрута заданного уровня качества.</p> <p>Разрабатывает программы активных туров, планирует режимы, графики рекреационной деятельности туристов – участников активных туров</p>

Чтобы установить соответствие частных компетенций, результатов образовательной деятельности содержанию интегральной компетенции СК-22-1; определить технологии, методы, средства ее формирования, было необходимо разработать технологические карты (паспорта) частных компетенций. В технологических картах должны быть отражены компоненты компетенции;

признаки проявления компетентности в профессиональной деятельности (индикаторы), требования к уровню освоения и соответствующие дескрипторы [2]. Пример разработанных нами технологических карт – фрагмент карты частной компетенции СК-22-1.2 – представлен в таблице 2.

Таблица 2. – Фрагмент технологической карты формирования компетенции СК-22-1.2 «Владение современными технологиями и методами проектирования туристических продуктов, основанных на двигательной рекреации туристов»

Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Уровень сформированности компетенции	
		Пороговый отметка 4–5	Желательный (высокий) отметка 9–10
Создает модель оптимального маршрута активного тура; использует ее для разработки реального маршрута заданного уровня качества	Знать: структуру маршрута активного тура; основные показатели качества стратегического и тактического планирования маршрута	Знает характерные элементы нитки маршрута туристско-рекреационного похода и основные критерии качества, определяющие выбор элементов при разработке маршрута	Знает характерные элементы нитки маршрута туристско-рекреационного похода; понимает их функции; требования к качеству, принципы структурирования (организации) в системе «маршрут»
	Уметь: применять системный подход для планирования и оценки качества маршрутов рекреационных туристских походов; конструировать модель оптимального маршрута	Умеет решать типовые учебные задачи по разработке маршрутов пешеходных, водных рекреационных походов по четко установленному образцу и алгоритму (в соответствии с заданной моделью оптимального маршрута)	Разрабатывает применимую на практике модель оптимального маршрута рекреационного похода (16–20 показателей качества). Применяет разработанную модель для планирования маршрута рекреационного похода заданного качества. Анализирует и дает обоснованную оценку качества маршрутов походов, пройденных в рамках учебных практик

В результате выполнения работы разработана частная компетентностная модель, обуславливающая способность специалиста в сфере туризма и гостеприимства (выпускника УВО) проектировать активные рекреационные туры. Сформулированы соответствующие интегральная и частные компетенции; определены индикаторы и уровни достижения частных компетенций, а также дескрипторы – результаты освоения учебной дисциплины ТОД и прохождения учебных практик в категориях «знать», «уметь», «владеть».

1. Азарова, Р. Н. Разработка паспорта компетенции: метод. рекомендации для организаторов проектных работ и профессорско-преподавательских коллективов вузов. Первая редакция / Р. Н. Азарова, Н. М. Золотарева. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, Координационный совет учебно-методических объединений и научно-методических советов высшей школы, 2010. – 52 с.

2. Галимзянов, Х. М. Формирование и оценка компетенций в процессе освоения образовательных программ ФГОС ВО: науч.-метод. пособие / Х. М. Галимзянов, Е. А. Попов, Ю. А. Сторожева. – Астрахань: Астраханский ГМУ, 2017. – 74 с.

3. Макаров, А. В. Компетентностно-ориентированные модели подготовки выпускников вузов / А. В. Макаров // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2017. – № 2. – С. 101–107.

Протасевич И.П., Бограёнок В.Н.

Белорусский государственный университет физической культуры
Республика Беларусь, Минск

Pratasevich I., Bahrayonak U.

Belarusian State University of Physical Culture
The Republic of Belarus, Minsk

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ В КИБЕРСПОРТЕ

Аннотация. Статья посвящена изучению особенностей маркетинговых стратегий в сфере киберспорта. Предметом исследования стали две маркетинговые стратегии продвижения киберспортивных организаций: брендинг и спонсорство. Для сравнения выбраны такие киберспортивные организации, как Nemiga Gaming и Natus Vincere (Navi).

Ключевые слова: киберспорт; маркетинг; стратегия.

ESPORTS MARKETING STRATEGIES

Abstract. The article is dedicated to the study of the features of marketing strategies in the field of eSports. The subject of the study is two marketing strategies for promoting eSports organizations: branding and sponsorship. For comparison, such eSports organizations as Nemiga Gaming and Natus Vincere (Navi) were chosen.

Keywords: cybersport; marketing; strategy.

Киберспорт в современном мире – активно развивающаяся отрасль спортивной индустрии, по зрелищности ничем не уступающая другим видам спорта. Уже в 2015 году количество зрителей киберспортивной дисциплины «League of Legends» на финале одного из турниров превысило аудиторию финала сезона NBA. Это говорит о том, что соревнования в виртуальном мире не менее интересны, чем традиционные виды спорта [1].

Многие крупные спонсоры и инвесторы обратили внимание на быстрорастущую индустрию. Так автоконцерн Mercedes-Benz стал спонсором серии турниров от ESL (организатор крупных киберспортивных турниров). Немаловажным фактором для привлечения новых крупных спонсоров является возраст целевой аудитории зрителей – 18–30 лет.