

5. Гадзнева, Е.М. Комплексная оценка адаптационных возможностей организма у пациентов с артериальной гипертонией на этапе санаторно-курортного лечения / Е.М. Гадзнева, Н.М. Иванова, И.С. Бадьянова // Курортные ведомости. – 2004. – № 6 (27).
6. Суджаева, О.А. Особенности психопатологических расстройств после инфаркта миокарда и возможности и коррекции / О.А. Суджаева, Р.Ю. Чечко, О.К. Апанасик // Кардиология в Беларуси. – 2010. – № 2 (09). – С. 64–74.
7. Юршевич, Е.А. Артериальная гипертензия как фактор риска острой и хронической ишемии мозга / Е.А. Юршевич // Ars Medica. – 2009. – № 3 (13). – С. 119–131.

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СЛУШАТЕЛЕЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ ПА УРОВНЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА, ГОСТЕПРИИМСТВА, РЕКРЕАЦИИ И ЭКСКУРСОВЕДЕНИЯ

*Сакун Л.В.,
Нехайчик З.А.,*

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

В Институте туризма на факультете повышения квалификации и переподготовки кадров (далее – факультет) осуществляется переподготовка на уровне высшего образования по семи специальностям: «Менеджмент туристской организации»; «Менеджмент туристской индустрии»; «Туроператорская и турагентская деятельность»; «Спортивно-туристская деятельность»; «Туристско-оздоровительная деятельность»; «Социокультурное обеспечение туристской деятельности»; «Лингвистическое обеспечение туристического продукта».

Переподготовка на уровне высшего образования относится к дополнительному образованию взрослых, обеспечивает получение новой специальности с квалификацией в туристической индустрии и подтверждается дипломом о переподготовке установленного образца.

Все специальности переподготовки разработаны в соответствии с международными образовательными стандартами и обеспечивают высококвалифицированными кадрами руководителей и специалистов предприятия и организации по функциональным звеньям туристической индустрии. Так, основными целями специальности «Менеджмент туристской организации» являются научно-теоретическое и профессионально-прикладное освоение процесса управления, приемов и методов принятия эффективных управленческих решений в условиях рыночной экономики, формирования и развития конкурентоспособного туристического комплекса в Республике Беларусь; специальности «Менеджмент туристской индустрии» [1] – формирование знаний и умений по эффективному менеджменту гостеприимства, системе управления предприятиями размещения, транспорта, питания, развлечений, объектами познавательного, делового, спортивного и оздоровительного назначения; специальности «Туроператорская и турагентская деятельность» – формирование теоретико-методологических знаний и логистических подходов к разработке и продвижению национального туристического продукта с интеграцией в мировую туристическую индустрию; специальности «Спортивно-туристская деятельность» – формирование научно-методических и управленческих знаний и умений в области разработки национального спортивного турпродукта, организации спортивных походов, мероприятий, посещение международных спортивных соревнований и праздников; специальности «Туристско-оздоровительная деятельность» – освоение научно-методических приемов, технологии формирования и продвижения национального турпродукта с использованием природных лечебных ресурсов, оздоровительных мероприятий в экологически чистых районах; специальности «Социокультурное обеспечение туристской деятельности» – приобретение знаний и навыков в области разработки анимационных проектов в туристических центрах, постановки анимационных программ обслуживания туристов и экскурсантов, формирование и продвижение продуктов анимационного туроперейтинга; специальности «Лингвистическое обеспечение туристического продукта» – формирование знаний

об управлении и передовом опыте туристско-экскурсионных организаций в обеспечении культуры и качества обслуживания иностранных и отечественных туристов и экскурсантов [2].

С целью анализа удовлетворенности и управления качеством образовательного процесса по специальностям переподготовки в рамках системы менеджмента качества в Белорусском государственном университете физической культуры разработан и утвержден стандарт «Повышение квалификации и переподготовка кадров в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения в Институте туризма».

Для выявления кадровых запросов отрасли, развития и совершенствования системы непрерывного образования в сфере туризма и гостеприимства для слушателей переподготовки разработаны и внедрены различные виды мониторинга через анкетирование, опрос и другие средства маркетингового анализа.

Первое анкетирование проводится в момент проведения собеседования со слушателями, и его целью является выявление основного мотива получения образования в рамках переподготовки, приоритеты потенциальных слушателей при выборе той или иной специальности, степень готовности получать образование по выбранной специальности, установление источника получения информации об Институте туризма и др.

Анализ первого анкетирования показал, что потенциальных слушателей больше всего привлекает возможность приобрести новую приоритетную специальность (76 %), а также имидж Института туризма (12 %) и возможность устроиться на престижную работу в сфере туризма и гостеприимства (12 %). Большинство респондентов (71,62 %) получают информацию о переподготовке с официального сайта БГУФК (раздел «Институт туризма»).

Следующим этапом мониторинга является анкетирование по итогам каждого учебного семестра, и основная цель его – дальнейшее совершенствование образовательного процесса по структуре, содержанию, формам и методам учебной деятельности, выявление критических точек, внедрение инновационных форм и методов обучения для формирования профессиональных компетенций у слушателей.

Слушатели по десятибалльной шкале, согласно разработанной в рамках НИР Института туризма анкеты, оценивают факторы, являющиеся залогом успешного обучения, формы подачи лекционного материала, профессиональный уровень преподавания дисциплин, организацию и проведение выездных учебно-методических занятий, консультации профессорско-преподавательского состава кафедры непрерывного образования в туризме в решении различных проблем и др.

Оценивание факторов, являющихся залогом успешного обучения, несколько изменяется в зависимости от этапа обучения. Если на первых семестрах обучения наивысшим баллом слушатели оценивают «возможность получить квалифицированную методическую помощь» и «терпимость к индивидуальным проявлениям слушателей», то на последних семестрах наивысшие баллы получают «правильное психологическое взаимодействие преподавателя и слушателя» и «умение преподавателя гибко менять тактику преподавания».

Оценка форм подачи лекционного материала преподавателями также изменяется. На первых семестрах обучения слушатели выше оценивают «устный рассказ преподавателя с элементами визуального ряда» и «презентации с использованием мультимедийного ряда», а на последних семестрах – «устный рассказ преподавателя с вовлечением в дискуссию слушателей», деловые игры, тренинги.

Слушатели высоко оценивают уровень преподавания социально-гуманитарных, психолого-педагогических, экономических и специальных дисциплин, но наивысший балл всегда получают специальные дисциплины вне зависимости от семестра обучения.

Из трудностей, которые наиболее часто встречаются в процессе обучения слушателей, отмечена «слабая предшествующая подготовка» при получении первого высшего образования.

Большое внимание кафедра непрерывного образования в туризме уделяет организации стажировки слушателей на передовых предприятиях туристической индустрии. Места стажировки подбираются с учетом уровня теоретической и практической подготовки слушателей, особенностей их социально-личностных и профессиональных компетенций. Каждому слушателю выдается пакет документов, включая индивидуальный план стажировки, отражающий специфику работы организации (предприятия размещения и питания, туроператорские и турагентские организации, санаторно-курортные учреждения, управления и отделы по спорту и туризму и др.). В соответствии с этой спецификой в рамках индивидуальных консультаций обсуждаются цели и задачи стажировки. Руководи-

тели стажировки ориентируют слушателей, заинтересованных в трудоустройстве на налаживание и развитие коммуникативных отношений, позиционирование и продвижение своих знаний, умений и навыков, полученных на лекционных и практических занятиях.

Количество слушателей, проходивших стажировку и получивших оценку уровня их профессиональной компетентности со стороны руководителей туристических предприятий, в 2014 году составило 85 человек.

Анализ степени удовлетворенности стажировкой слушателей специальности переподготовки «Менеджмент туристской индустрии» в 2014 году представлен на рисунке.



Рисунок – Диаграмма степени удовлетворенности стажировкой слушателей переподготовки по специальности «Менеджмент туристской индустрии» в 2014 г.

Как видно из диаграммы, высокое удовлетворение стажировкой у 17,7 % слушателей, позитивно удовлетворены – 58,8 % слушателей, удовлетворены – 5,9 % слушателей, частично удовлетворены – 12,6 %, неудовлетворенными оказались 5 %. Предложение о трудоустройстве по месту прохождения стажировки в 2014 году получили 60 % слушателей специальности «Менеджмент туристской индустрии».

В то же время анализ степени удовлетворенности руководителей стажировки от предприятий выявил следующие недостатки в уровне подготовки слушателей, а именно:

- слушатели не всегда умеют применить полученные знания на практике, не владеют методами анализа и стратегическими подходами планирования деятельности туристических предприятий;
- профессиональные компетенции некоторых слушателей характеризуются слабым знанием тенденций развития национального и международного туристического рынка и его участников: производителей и потребителей;
- отдельные слушатели показывают низкий уровень владения специализированными компьютерными программами.

Таким образом, была поставлена задача пересмотра содержания учебных программ по дисциплинам: «Менеджмент туристских организаций», «Менеджмент индустрии гостеприимства», «Информационные технологии в туризме», актуализации их методического обеспечения, внедрения новых инновационных средств обучения, увеличение практикоориентированных занятий, семинаров.

Одним из примеров является организация и проведение выездных практических занятий на различные предприятия туристской индустрии страны, характеризующиеся высокотехнологичными процессами по формированию и продвижению туров, услуг, использованию современных IT-технологий.

Завершающим этапом мониторинга является изучение удовлетворенности выпускников.

Выпускники переподготовки достаточно высоко оценивают профессиональный уровень преподавания дисциплин различных циклов учебных планов: оценки от 8 до 9 баллов по 10-балльной шкале.

Основные элементы организации образовательного процесса были оценены достаточно высоко: расписание занятий – средний балл составил 8,5; график учебного процесса – средний балл составил 8,0.

Большинство выпускников отметили, что учиться было интересно (82 %); 12 % отметили, что не в полной мере; 6 % воздержались от ответа.

Результаты мониторинга удовлетворенности слушателей позволили выработать следующие предложения по программно-методическому обеспечению учебного процесса переподготовки:

1. Усилить теоретико-методологическую значимость дисциплин по всем блокам учебного плана, включить в содержание учебных программ изучение новейших научных достижений в области туристической деятельности, изучение терминологического аппарата каждой специальности переподготовки.

2. Обеспечить интеграцию между теоретической и практической подготовкой слушателей на основе внедрения разнообразных активных методов обучения, в том числе дистанционных, а также на основе расширения форм занятий, позволяющих сформировать практические знания, умения и навыки (выездные учебно-методические занятия, тренинги, конференции, разработка и защита проектов и др.).

3. С учетом результатов мониторинга своевременно формировать предложения, направленные на совершенствование образовательного процесса переподготовки, отображать эти предложения в программно-методической документации, внедрить в практику занятий.

4. В установленные сроки готовить необходимую программно-методическую документацию для эффективной организации и проведения государственных экзаменов переподготовки с ориентацией выпускников на конкретную управленческую или функциональную деятельность в туристической индустрии.

Процесс совершенствования образовательной деятельности по переподготовке и повышению квалификации предполагает внедрение системы менеджмента качества, основанной на гарантированном предоставлении высококачественных образовательных услуг специалистам с высшим образованием. Практика внедрения системы менеджмента качества в образовательный процесс показывает, что она базируется на соответствии учебных программ, материальных ресурсов, профессорско-преподавательского состава, научно-методического обеспечения, структуры управления требованиям, выдвигаемым со стороны государства, общества и личности и максимальное удовлетворение потребности в высококвалифицированных кадрах [3].

1. Образовательный стандарт 1-89 03 71-2012. Переподготовка руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование. Специальность: 1-89 02 71 Менеджмент туристской индустрии. Квалификация: Менеджер // Сайт РИВШ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nihe.bsu.by/index.php/tu/obr-st>.

2. Кобринский М.Е. Система непрерывного профессионального образования в сфере туризма и гостеприимства: пособие / М.Е. Кобринский, Л.В. Сақун. – Минск: БГУФК, 2009 – 126 с.

3. Сақун, Л.В. Маркетинг в туризме: учеб.-метод. пособие / Л.В. Сақун, В.М. Разуванов. – Минск: РИПО, 2014 – 268 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ КУРСА «МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ» ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Сақун Л.В.,

Разуванов В.М.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

На международном туристическом рынке особое место занимает маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью предприятий туристической индустрии, нацеленная на эффективное удовлетворение потребительского спроса. Маркетинг ориентирует разработчиков, производителей на оперативное реагирование на требования потребителей для того, чтобы превратить их в своих покупателей и таким образом обеспечить предприятию конкурентное преимущество и долгосрочное процветание.