

**РЕАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА АКТИВНЫХ  
И ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ  
ДИСЦИПЛИНЫ «ТУРИСТСКОЕ РЕСУРСОВЕДЕНИЕ»**

<sup>1</sup>*Поволжский институт управления им. П. А. Столыпина – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы, г. Саратов, Россия  
askuskov@mail.ru;*

<sup>2</sup>*Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск, Россия  
mpotakhin@mail.ru*

В 1995 г. в России началась подготовка студентов по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм», которая до последнего момента была наиболее массовой по количеству выпускаемых специалистов, и на которую набор в 2011 г. был прекращен в связи с переходом на двухуровневую систему. Также в рамках специальностей 080502 «Экономика и управление на предприятиях (по отраслям)» и 080507 «Менеджмент организации» существовали специализации «Экономика и управление на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства», «Гостиничный и туристический бизнес». В ряде вузов России существует также направление 034600 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».

С 2000 г. (год утверждения ГОС ВПО первого поколения по специальности 100103 «Социально-культурный сервис и туризм») и с 2006 г. (год утверждения ГОС ВПО второго поколения по направлению 100201 «Туризм») туристское ресурсоведение как отдельная дисциплина обязательной/базовой части, а также блока дисциплин специализации, входит в содержание основных образовательных программ по социально-культурному сервису и туризму (туризму); с 2010 г. (год утверждения ФГОС ВПО третьего поколения по направлению 100400 «Туризм»), а также в ближайшей перспективе (с утверждением ФГОС ВПО поколения 3+), курс туристского ресурсоведения выведен из обязательной части образовательных программ в вариативную.

Приказом Министерства образования и науки РФ «Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 «Туризм» (квалификация (степень) «бакалавр»)» [1] (далее – ФГОС ВПО) утверждены требования к условиям реализации основной образовательной программы бакалавриата. Так, в п. 7.3 ФГОС ВПО указано, что реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций туристской деятельности, психологических и иных тренингов). В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов туристской индустрии.

В представленной нами работе, затрагивающей проблемы использования инновационных образовательных технологий в процессе подготовки бакалавров туризма, с учетом ФГОС ВПО определяются наиболее значимые особенности, направления и проблемы использования активных и интерактивных методов проведения аудиторных занятий по дисциплине «Туристское ресурсоведение» с целью наиболее полноценной реализации их образовательного потенциала. При этом особое внимание уделяется встречам студентов-бакалавров с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов туристской сферы.

Все методы обучения можно разделить на три группы – традиционные, активные и интерактивные. Логика такого деления раскрывается через распределение ролей в системе «преподаватель – студент» и реализуемые стратегии обучения. Так, традиционные методы

проведения занятий предполагают использование описательно-объяснительно-репродуктивной стратегии, где преподаватель выполняет роль лидера, а студент – роль пассивного слушателя. Под активными методами обучения понимают форму взаимодействия студентов и преподавателя, при которой преподаватель и обучающиеся активно взаимодействуют друг с другом в ходе занятия, а роли распределяются по принципу «студент и преподаватель – равные участники образовательного процесса». Интерактивный метод обучения означает взаимодействие, нахождение в режиме беседы, диалога с кем-либо и ориентирован на более широкое взаимодействие обучающихся не только с преподавателем, но и друг с другом, на доминирование активности студентов в процессе обучения. То есть система ролей меняется в сторону главенствования студентов и пассивной роли преподавателя, лишь «запускающего» механизм интерактивного занятия и направляющего работу студентов в нужное русло.

Все интерактивные методы проведения занятий делятся на три большие группы.

Первая группа методов реализует информирующую стратегию обучения и объединяет такие методы как лекция-беседа, лекция-консультация, лекция-дискуссия, лекция с обратной связью, проблемная лекция и т. д.

Вторая группа методов реализует репродуктивно-дискуссионную стратегию обучения и объединяет такие методы как дискуссия и модерация (методики мозгового штурма, точечных вопросов, фокус-групп, смыслового поля, синектики, горячего стула и т. д.).

Третья группа методов реализует творческую стратегию обучения в процессе проведения практических занятий и объединяет такие методы как деловые и ролевые игры, кейс-стади, мастер-классы, тренинги, компьютерные симуляции, тематические встречи и т. д.

Встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций представляют собой один из методов проведения занятий, основанный на организации встреч студентов с экспертами и специалистами из сферы туристской науки, практики и бизнеса по определенной, заранее заявленной тематике. Такие встречи можно организовать преимущественно в трех основных формах: лекция-беседа; лекция-дискуссия; круглый стол. Тематические встречи можно организовать как в рамках учебных занятий (лекционных, семинарских, практических), так и во внеаудиторное время – например, проведение встречи со специалистами непосредственно на их рабочем месте.

Мастер-классы экспертов и специалистов – это метод проведения занятий, предполагающий осмысленную передачу своего профессионального опыта экспертом или специалистом в туристской сфере, их последовательные выверенные действия, а также вовлечение в них студентов с целью достижения конкретных результатов, формирования и развития необходимых умений и навыков. Главная задача мастер-класса – дать возможность эксперту или специалисту поделиться своим опытом со студенческой аудиторией за короткий промежуток времени. Мастер-классы проводить следует в рамках практических и семинарских занятий. Наиболее предпочтительными методами для проведения мастер-классов могут выступать тренинги, деловые и ролевые игры, элементы кейсового метода и т. д.

Основными компонентами, необходимыми для реализации методов тематических встреч и мастер-классов, являются следующие: а) субъекты встречи или мастер-класса – эксперт, специалист, преподаватель; б) объекты мастер-класса или тематической встречи – студенты и малые студенческие группы; в) заранее разработанные задания для мастер-класса или проблемные вопросы для тематической встречи; г) технико-технологические средства (для мастер-класса) – компьютеры с доступом в интернет, ЭБС, иные технические средства.

Основными преимуществами тематических встреч и мастер-классов являются: а) широкие возможности для мотивации студентов на получение новых знаний, формирование и развитие умений и навыков; б) повышение уровня подготовленности студентов к будущей профессиональной деятельности в туристской сфере; в) создание условий для включения всех студентов в активную деятельность; г) развитие навыков работы в команде на основе сотворчества, сотрудничества; д) наличие технологий и приемов, раскрывающих творческий потенциал студентов, в том числе и на подсознательном уровне; е) главное – это не

сообщение информации, а развитие навыков, формирование технологий и приемов ее получения.

Есть у таких методов проведения занятий и очевидные недостатки. Во-первых, очень сложно в процесс мастер-класса или тематической встречи вовлечь всех студентов группы, наиболее эффективно мастер-классы проводятся в группах от 6 до 15 человек, а тематические встречи – в группах не более 30 человек. Во-вторых, хронометраж одного занятия явно недостаточен для проведения полноценного мастер-класса или тематической встречи. В-третьих, проведение мастер-классов и тематических встреч непосредственно на месте работы эксперта или специалиста существенно повышает их эффективность, которая снижается при проведении таких занятий в вузовских аудиториях.

Смоделируем теперь пример практического занятия, в рамках которого предполагается провести мастер-класс. Работа в этом направлении будет включать несколько этапов.

Первый этап (подготовительный) – проведение любого мастер-класса требует его предварительной подготовки, то есть: а) определения целей, задач, содержания и ожидаемых результатов; б) выбора эксперта или специалиста, согласование с ним важных деталей; в) разработки основных правил для студентов; г) выработки системы заданий.

Второй этап (вводный) – преподаватель проводит вводный инструктаж, объясняет содержание занятия, его цели, актуализирует опорные знания, необходимые для более эффективной работы в рамках мастер-класса. Особое значение имеют представление эксперта или специалиста, который будет проводить мастер-класс, выдача заданий и информации.

Третий этап (презентационный) – происходит презентация профессионального или педагогического опыта эксперта или специалиста, обоснование опыта, идей, технологий, приемов работы мастера в рамках его сферы профессиональной деятельности, характеризуются достижения мастера, показывается их важность для процесса обучения, а также для реальной практики туристского ресурсопользования.

Четвертый этап (имитационный) – студенты самостоятельно разрешают проблемную ситуацию эксперта, что подразумевает такие действия как индукция (процесс осознания сути проблемной ситуации, мотивации студентов на ее разрешение), самоконструкция (формирование индивидуального решения проблемы), социоконструкция (соотносимость всех индивидуальных решений в условия группы, выработка единого группового решения), социализация (соотнесение полученного решения с имеющейся информацией, с достижениями и опытом мастера) и афиширование (процесс представления результатов своей работы).

Пятый этап (рефлексивный) ориентирован на получение отдачи от эксперта или специалиста, корректировки представленного решения. В рамках этого этапа также возможно подвести некоторые итоги, оценить работу студентов, а также высказать свои впечатления от работы эксперта или специалиста. Рефлексивный этап можно организовать или в форме круглого стола, или же в форме групповой дискуссии.

Итак, образовательный потенциал такого метода обучения как встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов туристской сферы недостаточно полно раскрыт в процессе преподавания туристских дисциплин, и, в частности, курса «Туристское ресурсоведение». Преподавателям следует в рамках занятий усилить эту составляющую путем проведения круглых столов с представителями туристской общественности, деловых игр и проблемных лекций с экспертами и специалистами туристской сферы.

### Список литературы

1 Приказ Министерства образования и науки РФ от 28.10.2009 г. № 489 «Об утверждении и введении в действие Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 100400 «Туризм» (квалификация (степень) «бакалавр»)» // СПС «КонсультантПлюс».

2 Кусков, А. С. Туристское ресурсоведение: учебник / А. С. Кусков. – М. : Академия». – 2008. – 208 с.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ