

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра туризма и социально-культурного сервиса

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

_____/_____/_____
«__» _____ 2017 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,
д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
«__» _____ 2017 г.

**Компетентностный подход к проектированию
событийных мероприятий в региональном туризме**

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)**

ЮУрГУ–430402.2017.42083 МД

**Руководитель ВКР, д.п.н., профессор
кафедры ТиСКС**

_____/Т.Н. Третьякова/
«__» _____ 2017 г.

Автор ВКР, студент группы С-257

_____/Е.А. Миллер/
«__» _____ 2017 г.

**Нормоконтролер, ст. преподаватель
кафедры ТиСКС**

_____/М.Н. Малыженко/
«__» _____ 2017 г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Миллер Е.А. Компетентностный подход к проектированию событийных мероприятий в региональном туризме – Челябинск: ЮУрГУ, С-257, 2017. – 101 с., библиогр. список – 64 наим., 9 прил., 1 презентация – CD-RW.

Магистерская диссертация выполнена с целью разработки событийного мероприятия путем использования компетентностного подхода.

В магистерской диссертации выявлены понятие и сущность компетентностного подхода к событийным мероприятиям.

Анализ событийного календаря региона, позволил уточнить факторы формирования событийного мероприятия в целом.

Модель событийного мероприятия была реализована в виде межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ ТУРИЗМЕ В КОНТЕКСТЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА	
1.1 Понятие и сущность компетентностного подхода к событийным мероприятиям.....	16
1.2 Анализ событийных мероприятий в региональном туризме.....	36
1.3 Моделирование регионального событийного мероприятия.....	45
Выводы по главе один	53
2 РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ В ТУРИСТСКОМ РЕГИОНЕ	
2.1 Концепция событийного мероприятия.....	56
2.2 Календарный план подготовки и проведения событийного мероприятия.....	66
2.3 Результаты проведения событийного мероприятия.....	75
Выводы по главе два.....	80
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	85
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Организационно-распорядительная документация студенческого фестиваля «Карнавалы мира».....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Информационный материал о студенческом фестивале «Карнавалы мира».....	97
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Рекламные материалы студенческого фестиваля «Карнавалы мира».....	99
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Фотоматериалы студенческого фестиваля «Карнавалы мира».....	100

ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Презентация по теме МД

ПРИЛОЖЕНИЕ Е. Электронная версия МД

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж. Фото отчет студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ПРИЛОЖЕНИЕ З. Афиша студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ПРИЛОЖЕНИЕ И. Визитная карточка студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ВВЕДЕНИЕ

Во все времена существования, туризм был неотъемлемой частью жизни человека, принося ему новые знания и впечатления, открывая новые земли и образ жизни их обитателей.

Туризм является социально-экономическим сегментом экономики и общественного уклада различных территорий и государств мира.

В мире сложились не только туристские регионы и брендовые объекты, но и события, которые привлекают огромное количество туристов в качестве зрителей и непосредственных участников событий.

Огромную популярность приобрели зарубежные карнавалы мира, привлекающие сотни тысяч туристов в качестве зрителей и участников карнавального движения во Франции, Италии, Испании, Германии, Мексике, Африке, Кубе и других регионах мира.

Немало туристов привлекают спортивные события, самыми яркими из которых являются Олимпийские игры, Чемпионаты мира по футболу, Кубки мира по биатлону и другие, которые проводятся в разных уголках мира.

Большое количество туристов привлекают музыкальные фестивали и шоу: Евровидение, Европейский рок-фестиваль, Зальцбургский музыкальный фестиваль, Международный фестиваль камерной музыки.

Немаловажную роль в событийном туризме играют театральные и кинофестивали, музыкальные конкурсы, привлекающие внимание любителей данного вида искусства и культурных событий в разных регионах мира.

Развитие международного туризма, введение «формальностных» свобод, способствовало росту туристских потоков и расширению географии путешествий.

Однако дальнейшее развитие международного туризма сдерживалось рядом факторов. Самым устойчивым из них можно назвать активизацию террористических группировок, действия которых несут угрозу и опасность для жизни туристов и регионов: Сирия, Италия, Франция, Германия.

В числе негативных факторов воздействия на выездной туризм для России является политика Евросоюза и введение санкций против России, что ведет к внутритерриториальным конфликтам и социально-политической и экономической нестабильности различных регионов: Украина, Канада, Австралия.

Все это способствовало изменению туристской политики в России, изменению туристских ориентиров, созданию государственных программ развития внутреннего туризма.

В соответствии с государственной политикой в области внутреннего туризма, активизировалась деятельность туристских регионов, основой которой становится процесс кластеризации отдельных территорий, зон, районов.

Анализ деятельности туристской кластеризации показывает «хаотичность» и «необоснованность» большинства туристских кластеров, отсутствие единых подходов и принципов их организации, отсутствие содержательного наполнения программ развития внутреннего туризма.

Расширение событийного туризма в различных регионах России, может стать одним из основных факторов развития внутреннего и регионального туризма.

В России уже давно традиционными стали Грушинский и Ильменский фестивали (г. Самара и г. Челябинск), Ярмарка воздухоплавания (г. Кунгур), Фестиваль ледяных фигур (г. Пермь), Фестиваль «Вятский лапоть» (п. Кильмезь), Фестиваль «Ночь музеев» (г. Санкт-Петербург).

Но, это все «разовые» события, которые «приносят» разовые дивиденды.

В последние годы, в регионах систематизировалась событийно-номенклатурная деятельность всех административно-хозяйственных субъектов РФ, анализ которых позволяет говорить о «мономерности» данных мероприятий, что подтверждает статистика и результаты анализа их программ и посещаемости.

И, тем не менее, событие несет очень важную социальную функцию, способствуя вовлечению населения в его организацию и реализацию.

Вместе с тем, нами выявлены противоречия:

- между политикой РФ в области развития внутреннего и регионального туризма и отсутствием в них такого направления как развитие детского и молодежного туризма, его привлекательности и бюджетированности;
- между спектральным разнообразием региональных событий и отсутствием или недостаточным предложением молодежных событий;
- между существующим потребительским сегментом детского и молодежного туризма и отсутствием сформированных событий для их вовлечения во внутренний туризме;
- между положительной динамикой ассортимента событийных мероприятий и отсутствием научно-обоснованных подходов создания компетентностных моделей событийных мероприятий.

Анализ литературы по проблеме исследования показал недостаток освоения событийного туризма.

А, поскольку туристское событие можно отнести к виду культурно-досуговой и социально-культурной деятельности, то область исследования этой проблематики может быть расширена.

Так, работы А.Г. Аванесовой, О.Д. Дашковской, М.Б. Зацепиной, А.С. Рылеевой посвящены вопросам культурно-досуговой деятельности [6, 20, 22, 49].

В трудах Т.Г. Киселевой и Ю.Д. Красильникова рассматриваются аспекты социокультурной деятельности [32].

Работы Т.И. Власовой, Л.В. Курило, И.И. Пядушкиной, Т.Н. Третьяковой посвящены различным аспектам туристской анимации, в том числе, туристским событиям [14, 40, 48, 54].

Вопросы фестивального и олимпийского движения рассматриваются в работах А.В. Бабкина, М.Б. Биржакова, М.А. Изотовой, С.С. Никитиной [9, 11, 26, 46]. Однако в них не выделяются отдельно вопросы специфики организации и проведения этих событий.

Рассматривая события как вид культурно-досуговой деятельности, следует отметить публикации Т.И. Гальпериной, С.В. Герасимова, Е.А. Кавериной, Н.В. Копыловой в области режиссуры, драматургии, сценаристики и процессуальности данных мероприятий [15, 16, 29, 36].

Работы И.А. Зимней, Д.А. Иванова, Е.Я. Коган содержат основные понятия к определению компетентного подхода [23, 25, 35].

Все вышеперечисленное позволило нам определить проблему магистерского исследования, которая заключается в определении ведущего подхода к проектированию и организации событийных мероприятий в региональном туризме.

Обозначенная проблема и актуализация молодежного туризма обусловили выбор темы исследования: «Компетентный подход к проектированию событийных мероприятий в региональном туризме».

Цель исследования – разработать и обосновать модель туристского события на основе компетентного подхода.

Объект исследования – динамика и содержание событийных мероприятий региона.

Предмет исследования – процесс разработки и реализации туристского события для молодежи в условиях регионального туризма.

Задачи исследования:

- изучить сущностные характеристики событийных мероприятий и определить структуру компетенций для проектирования событийных мероприятий;
- проанализировать мероприятия регионального событийного календаря;
- разработать и апробировать компетентную модель событийного мероприятия;
- организовать и провести студенческий фестиваль в контексте регионального туризма.

Для решения поставленных задач использован комплекс теоретических (изучение и анализ литературы по проблеме исследования, общеизученные методы анализа и обобщения, абстрагирования и аналогии) и практических методов (изучение передового опыта событийных мероприятий, моделирование, анализ результатов реализованного события, методы математической и статистической обработки результатов свершившегося события).

Базой исследования является ФГАОУ ВО «Южно-Уральский Государственный Университет» (НИУ). В исследовании приняло участие 1 442 человека (в т.ч. 432 студента, 10 преподавателей и магистрантов, 1000 зрителей) за 2015 и 2016 гг.

Исследование проходило в три этапа, с 2014 по 2017 гг.

На первом этапе (октябрь – декабрь 2014 г.) осуществлялась деятельность по включенности магистранта в студенческое событийное мероприятие «Карнавалы мира», в качестве участника команды «Бразилия». Это был первый студенческий фестиваль «Карнавалы мира».

На втором этапе (сентябрь 2015 г. – февраль 2017 г.) осуществлен выбор темы исследования, определена цель, предмет и задачи исследования. Разработана концепция студенческого «карнавального» события. Подготовлена нормативно-регламентирующая документация, распорядительные акты. Определены критерии оценки конкурсных мероприятий. Составлена база данных потенциальных участников и установлены контакты с предприятиями-партнерами. В декабре 2015 г. и декабре 2016 г. проведен студенческий фестиваль «Карнавалы мира». Результаты исследования представлены в публикациях в сборниках Южно-Уральского Государственного Университета («Организация студенческого фестиваля «Карнавалы мира» в структуре событийного календаря Челябинской области»), Югорского Государственного Университета («Туристский потенциал событийных мероприятий Челябинской области»), Сочинского Государственного Университета («Организационные условия студенческого конкурса «Снежная цивилизация»), Восточно-Сибирского Государственного Университета

технологий и управления («Студенческий фестиваль «Карнавалы мира» как туристское событие»).

На третьем этапе (март – июнь 2017 г.) подведены итоги событийных мероприятий, подготовлен отчет и статистические данные о результатах фестивалей и количества участников. Результаты исследования представлены на научных конференциях: «Всероссийская научно-практическая конференция «Молодежный спортивный и спортивно-оздоровительный туризм», VI Международная студенческая научно-практическая конференция «Устойчивое развитие технологий сервиса», IV Международная студенческая конференция «Сервис и туризм», Студенческая конференция «Россия – Родина моя. Туризм региона: традиции и новации.

Научная новизна исследования:

- определена совокупность компетенций организаторов событийных мероприятий (управленческие, технологические, информационные, коммуникативные, профессиональные и социального взаимодействия);

- разработана и обоснована компетентностная модель молодежного событийного мероприятия «Карнавалы мира», которая включает 4 взаимосвязанных блока (целевой, методологический, организационно-технологический, результативный);

- выявлены и экспериментально проверены условия функционирования модели событийного мероприятия в региональном туризме (создание профессионально-ориентированной творческой среды в структурных подразделениях учебных заведений; мотивация участников события к достижению высоких результатов; продвижение события в различных сегментах субъектов туристского региона – студенты, школьники, коллективы дополнительного образования и досуга);

- разработана концепция фестиваля «Карнавалы мира»;

- разработан календарный график организации и проведения фестиваля;

– разработана рекламно-выставочная продукция по продвижению мероприятия в образовательной среде высших и средних учебных заведений, учебных заведений дополнительного образования и досуга.

Теоретическая значимость исследования состоит в определении базовой терминологии исследования (туризм, событие, событийный туризм, фестиваль, концепция, модель события); в создании календарного графика организации и проведения фестиваля «Карнавалы мира»; в определении специфических принципов реализации модели карнавального события (историко-культурной преемственности, социокультурной и научной идентификации, учета региональных условий, сегментации рынка, субъектов событийного мероприятия), что определяет общие требования и ее использование в условиях образовательного процесса как эндогенного фактора эффективности и социокультурной туристской среды как эндогенного фактора в отношении ее предметной значимости в региональном туризме.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использовании результатов исследования при разработке событийных мероприятий в контексте регионального туризма и как инструменты социокультурной адаптации участников события посредством внедрения модели событийных мероприятий, обеспечения условий ее эффективного функционирования, возможностями использования методологических и организационно-регламентирующих документов при организации туристского события региона.

Результаты исследования на разных этапах представлены в публикации научных статей и участием в научных конференциях: «Всероссийская научно-практическая конференция «Молодежный спортивный и спортивно-оздоровительный туризм» (г. Сочи, 17–20 мая 2016 г.), VI Международная студенческая научно-практическая конференция «Устойчивое развитие технологий сервиса» (г. Улан-Удэ, июнь 2016 г.), IV Международная студенческая конференция «Сервис и туризм» (г. Ханты-Мансийск, 27 мая

2016 г.), Студенческая конференция «Россия – Родина моя. Туризм региона: традиции и новации (февраль 2016–2017 гг.).

На защиту выносятся:

– перечень базовых понятий компетентного подхода к проектированию событийных мероприятий (событие, событийный туризм, компетенция), комплекс необходимых компетенций, необходимых для проектирования и проведения событийных мероприятий;

– результаты анализа мероприятий – событийных календарей за 2016 и 2017 гг.;

– компетентностная модель событийного мероприятия в региональном туризме;

– концепция событийного мероприятия;

– календарный план подготовки и проведения фестиваля «Карнавалы мира»;

– комплекс условий эффективного функционирования модели событийного мероприятия.

Структура магистерского исследования включает введение, теоретическую и экспериментальную главы, заключение, библиографический список из 64 источников, 5 приложений.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ СОБЫТИЙНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РЕГИОНАЛЬНОМ ТУРИЗМЕ В КОНТЕКСТЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

Для разработки и реализации концепции событийного мероприятия, нам необходимо изучить понятие и выявить сущность туристских событий, а также провести анализ мероприятий, включенных в событийный календарь, разработать и обосновать модель туристского события.

1.1 Понятие и сущность компетентностного подхода к событийным мероприятиям

Рассматривая роль туризма в экономике, следует уточнить о его немаловажности, а для некоторых регионов о главенствующей роли, обеспечивающей стабильные вливания в экономику страны, региона, города, это в первую очередь связано с удовлетворением потребностей людей и повышением качества жизни населения.

При огромном и богатейшем туристском потенциале РФ, удручает ее место в мировой туристской отрасли. В большей степени это связано с тем, что до недавнего времени туризму отводились вторые роли, даже, несмотря на положительный опыт других стран. Это привело к некой диспропорции в сфере туризма и односторонней направленности в сторону выездного туризма, что, по сути, привело к потере туристской выручки и в уменьшении доходов от въездного туризма. Кроме того, неразвитость сувенирной индустрии также не позволяет увеличивать доходы от туризма.

На сегодняшний день можно точно утверждать, что событийный туризм выделяется среди других разновидностей туризма и отличается особой уникальностью. Следует заметить тот факт, что за непродолжительное время данный вид туризма приобрел небывалую популярность и подлинный интерес, а

это в совокупности с его спецификой позволяет говорить о массовости среди туристов.

С исторической точки зрения событийный туризм молод, а значит, дает широкое поле для реализации, позволяет выделять еще незанятые ниши в этой области. Туристы, выбравшие событийный туризм во главу поездки приурочивают определенное событие. Такое положение объясняет набирающую популярность событийного туризма, ведь сочетание традиционного отдыха и участия в различных зрелищных мероприятиях создает уникальный в своем роде туристский тандем. Это позволяет говорить о том, что в ключевые задачи событийного туризма относятся умение связать атмосферу праздника с индивидуальными условиями отдыха, с целью создания неизгладимых впечатлений. На сегодняшний день событийный туризм можно считать одним из перспективнейших и стремительно развивающихся направлений туризма.

Для начала стоит детальнее рассмотреть понятие «событийный туризм» (см. таблицу 1).

Изучение событийного туризма необходимо начать с подходов к его определению. В статье Е.Г. Леонидовой «Событийный туризм как новое направление российского туристического рынка» даны некоторые формулировки российских исследователей [61].

Таблица 1 – Подходы к событийному туризму в трудах российских ученых

Авторы	Определение
М.Б. Биржаков	«Значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение дестинации в определённое время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением» [11].
Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова	«Вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием» [21].
С.С. Никитина, М.В. Зинченко	«Любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара» [46].
Т.В. Фролова	«Поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия» [64].
О.В. Алексеева	«Вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма [8].

Анализируя данные подходы, можно сделать вывод, что единое определение событийного туризма отсутствует, что связано с непродолжительным периодом его изучения среди российских исследователей, а также многогранностью его состава.

Следует отметить, что авторы рассматривают событийный туризм либо как вид туристской деятельности, либо как разновидность туризма.

В целом, обобщив разные точки зрения по данному вопросу, можно предложить следующее определение: событийный туризм – вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события.

Исследователи (Е.Г. Леонидова, Е.С. Сизикова, Н.А. Огиенко) в своих исследовательских работах выделяют различные черты событийного туризма.

Изучив различные точки зрения, мы выделили ряд специфических признаков событийного туризма (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Признаки событийного туризма

Это позволяет говорить о том, что событийный туризм – это череда событий и мероприятий культурной, спортивной, этнографической, выставочной направленности. Однако включать сюда все мероприятия нельзя, а лишь те, которые приносят какую-либо материальную выгоду, и, значит, могут считаться ресурсной составляющей места их проведения.

Таким образом, можно сказать, что значимость событийного туризма не только в привлечении дополнительного туристского потока, она намного обширнее. Организационная сфера событийного туризма включает в себя несколько блоков: это функции, реализуемые во время события; обеспечение занятости населения во время события и группы участников, организовывающих мероприятие.

Данный вид туризма идеально подходит для людей увлеченных, мобильных, но зачастую не располагающих избытком свободного времени. Чаще всего, это возможность для путешественников побывать на фестивалях, карнавалах, концертах и спортивных мероприятиях разных стран, заботясь об организации поездки на минимальном уровне, так как цель приурочена к конкретному событию, а вся необходимая инфраструктура уже создана организаторами.

Событийный туризм включает в себя следующие компоненты: событие («ивент») как основа, инфраструктура, реклама и продвижение, информационный туристский центр, достопримечательности, сопутствующие развлечения и доступность, которые, в свою очередь находятся в постоянном взаимодействии с факторами внешней среды.

Важнейшим мотивирующим фактором является именно событие («ивент»), так как оно и определяет маркетинговые планы и работу всех остальных компонентов событийного туризма.

«Событие», «мероприятие», или «ивент» (с англ. яз. «event»), имеет очень много значений: как социально-культурное, так и техническое и даже философское. Но в контексте данной работы интересно именно социально-культурное значение термина, впрочем, это значение является и наиболее популярной семантикой слова. В русском языке используется как транслитерированный вариант – «ивент», так и аналоговый перевод – событие. Итак, событие, или специальное событие – это запланированное социально-общественное событие/мероприятие, которое происходит в определенное время и с определенной целью, и имеет определенный резонанс для общества.

Понятие «событийный менеджмент» (он же «ивент-менеджмент», от англ. «event-management» – «управление событиями») является достаточно растяжимым, хотя сфера его применения в целом кажется вполне ясной.

Событие может быть разовым неповторимым явлением либо же периодически наблюдаемым: ежегодно или в определенные периоды времени (раз в несколько лет).

Туристская отрасль активно использует различные события для формирования предложений для туристов и привлечения потока путешественников именно на событие. Как правило, ключевым моментом при формировании данного предложения является заблаговременное планирование и информирование, так как участники событийных туров могут предъявлять повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу – гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события), предприятиям общественного питания и особенно к услугам гидов-переводчиков. Если в жизни туристического объекта нет события, сложившегося исторически как традиции, его придумывают специально. Особенностью событийного туризма является то, что ежегодно он пополняется новыми мероприятиями и событиями, которые из «разовых» переходят в разряд регулярных. И в этом уникальность этого вида туризма: он неисчерпаем по содержанию.

Событийный туризм можно классифицировать в нескольких направлениях, которые представлены ниже (см. таблицу 2).

По своему масштабу: мероприятия международного уровня; мероприятия национального уровня; мероприятия регионального уровня.

По функциональной направленности: конгрессный; фестиваль; спортивный; международный выставочный и ярмарочный; развлекательный; познавательный.

Также в событийном туризме стоит выделить и тематические виды: национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные

показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны.

Таким образом, событийный туризм – это исключительная возможность стать одним из очевидцев незабываемого события спорта, культуры и искусства. Такие мероприятия остаются в памяти как одни из самых ярких моментов в жизни.

Таблица 2 – Виды событийного туризма

Событие	Пример
Национальные события	Национальные праздники, чемпионаты и соревнования, карнавалы, дни распродаж, парады, балы, шоу, ярмарки, дни рождения знаменитостей, маскарады, музыкальные конкурсы и фестивали [12].
Спортивные мероприятия	Футбольные матчи, мировой теннис, ралли, бокс, хоккей, фигурное катание, скачки, регаты, гольф, крикет, спортивные танцы, лыжные соревнования, регби, поло [12].
Выставки	Крупнейшие выставки в различных областях: транспорт, бизнес, реклама, информационные технологии, культура, промышленность, медицина, строительство [33].
Концерты	Выступления мировых звезд, джазовые концерты, знаменитые теноры мира, музыкальные конкурсы и фестивали [29].

При всей перспективности развития событийного туризма стоит отметить, что Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ, никак не классифицирует и не выделяет данное направление; а на сайте Российского союза туриндустрии дано довольно абстрактное и размытое определение «посещение ярких и часто неповторимых событий в культурной, спортивной или деловой жизни в масштабах региона или всего мира – основа событийного туризма. Существует огромное множество поводов для организации событийных туров».

Анализ литературных источников, позволяет сформулировать еще одно определение событий: «Под событием следует понимать множество явлений, выделяющихся своей неопределенностью, важностью для человечества в целом или данного общества, для малых индивидуумов или групп. Такое событие может иметь вид разового явления или периодически повторяемого, либо наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени».

На основании этого, можно точно утверждать, что в туристской деятельности большинство туристских продуктов приурочены к тем или иным событиям, что позволяет сделать продукт уникальным и привлекательным для туристов. Это подводит нас к планированию, как ключевому аспекту при формировании туров подобного рода.

Кроме того, выше было сказано об экономической составляющей мероприятия событийного туризма, так как на время их проведения повышается спрос на все объекты туристской индустрии, а это приводит к превышению потребительского спроса над предложением. Данная ситуация благоприятно влияет на развитие местных культурных традиций, обычаев и оживление народного творчества.

Разные авторы пытаются проводить параллели между «событийным менеджментом», «событийным маркетингом» («маркетингом событий»), «событийным бизнесом», «специальными событиями (акциями и мероприятиями)», и даже уравнивают их между собой в ряде случаев. Помимо этого ищут и находят параллели с сущностью понятия «событие» в экзистенциальности (т.е. в существовании), в исторической науке. Причем, в таком случае содержание рассматриваемых терминов преобразуется, а область их применения практически неограниченно расширяется и изменения этой тенденции пока что не наблюдается.

Рассмотрим точки зрения разных авторов на понятие «Событийный менеджмент».

Согласно Н.В. Копыловой, событийный менеджмент – это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Причем, если первые направлены в основном на укрепление внутрикорпоративного духа, то вторые оказывают мощную поддержку рекламным и PR-кампаниям. В целом же задача событийного менеджмента – сделать из банального мероприятия настоящее событие, которое будут вспоминать и после его окончания [36].

У. Хальцбаур утверждает, что событийный менеджмент – это практическое применение менеджмента в области проектирования, проведения и организации

мероприятий и событий. Он включает исследование сложности бренда события, идентификацию потенциальных клиентов-участников события, создание концепции события, планирование логистики события и координирование его технических аспектов вплоть до реализации практических методов его проведения и организации [57].

Таким образом, понятие «событийного менеджмента» непосредственно связано с таким явлением как специальное событие.

Специальные события («special events») являются социальной практикой, широко используемой в современной деловой активности, политической жизни, социальных коммуникациях. Рассмотрим, как понимают специальное событие различные авторы.

Согласно Г.Л. Тульчинскому, специальные события – это мероприятия, проводимые компанией в целях формирования позитивного имиджа организации и привлечения внимания общественности к самой компании, ее деятельности и продуктам. Также он приводит еще одно определение в соавторстве с С.В. Герасимовым и Т.Е. Лохиной: специальное событие – это явление общественной жизни, организуемое с целью привлечь широкое внимание конкретной аудитории и широкой публики к организации, ее деятельности, руководству, развитию социальных коммуникаций и социального партнерства [17].

По мнению Е.А. Кавериной, специальное событие – это событие, которое специально организовано для трансляции идеи, сообщения, выражающего и служащего репутационным, информационным, коммерческим и некоммерческим целям какой-либо компании, сообщества или персоны [30].

А.В. Хашковский считает, что специальное событие – это средство формирования имиджа бренда, компании, корпоративной или иной социальной общности, основанное на экзистенциальной (событийной) коммуникации [58].

В то же время, специальное событие должно обладать следующими устойчивыми характеристиками:

- это мероприятие, воспринимаемое как исключительное событие;
- оно является исключительным событием с точки зрения посетителей;
- позитивное восприятие побуждает посетителей к активности;
- залог успеха – тщательная организация и спланированная инсценировка;
- ориентация на достижение маркетинговых, информационных, рекламных, репутационных, имиджевых, социальных целей;
- событие предназначено для трансляции корпоративной информации;
- режиссирование события; театрализация действия; художественная организация происходящего;
- специальная организация пространства события (художественная имитация другой реальности); декорирование; создание особенной, праздничной, торжественной атмосферы;
- высокий зрелищный фактор;
- эмоциональная включенность зрителей, интерактивное участие целевых аудиторий.

По сравнению с другими задачами аналогичного порядка для мероприятий типичны следующие особенности:

- результат усилий есть само мероприятие, и его нельзя ни отсрочить, ни поправить («прошло так прошло»);
- результат уникален («такое случается лишь раз и уже никогда не повторится»), успех зависит от субъективного восприятия посетителей («представьте себе: это исключительное событие, а никто его не замечает»);
- результат невозможно сохранить неизменным или запасти впрок; он полностью обесценивается, если участников слишком мало («представьте себе: это исключительное событие, а никто сюда не идет»);
- по сравнению с результатом его подготовка гораздо масштабнее как по затратам времени, так и по затратам средств («стартовый выстрел мощнее, чем сам забег»).

Можно выделить следующие признаки специального события:

- оно заранее планируется; обычно оно хорошо и профессионально организовано, доступно для внешнего наблюдения, привлекает зрителей и участников;

- оно освещает деятельность заказчика с положительной стороны; учитывает интересы целевых аудиторий;

- организуется ради того, чтобы о нем сообщили в СМИ (медиа-среде), которые специально, заранее о нем информируются, и для привлечения внимания населения;

- по своему содержанию и манере исполнения оно более драматизировано, чем «обычное» событие, так как обладает собственными сюжетом, интригой и т.д.; им стараются произвести сильное, незабываемое впечатление; в его проведении и привлекательности значительную роль играют приглашенные знаменитости;

- оно может породить за собой цепь других, аналогичных и связанных событий, развивающих и усиливающих предшествующие, а также с «последующей волной» («пост-выходом»), то есть информацией о прошедшем мероприятии и его положительной оценке для закрепления нужного эффекта в сознании населения [58].

К событийным мероприятиям предъявляются следующие требования:

- прежде всего, они должны быть настоящим событием. Только в этом случае мероприятие становится новостью, привлекающей внимание общественности, а значит – и СМИ.

Выполнить это требование можно в трех случаях:

- информация о событии обязательно должна появиться в СМИ;

- обязателен информационный резонанс: обсуждения, комментарии, упоминания о событии;

- к организации таких мероприятий предъявляются повышенные требования по обеспечению безопасности, качеству культурной программы;

– необходима фото- и видео-съемка, пополняющая фото-видео-архив организации.

На сегодняшний день существуют различные классификации специальных событий. Разница заключается в том, какой критерий заложен в основу классификации.

Первый критерий – формат:

– информационные: пресс-конференция, брифинг, пресс-тур, пресс-экскурсия, пресс-показ, пресс-дефиле, пресс-дегустация, пресс-турнир;

– деловые: форум, симпозиум, конференция, семинар, круглый стол, встреча;

– церемониалы: церемония открытия/закрытия, церемония прощания;

– праздничные: День знаний, День города;

– благотворительные: благотворительный аукцион, благотворительный вечер;

– имиджевые: светский прием/раут, бал, конкурсы, учреждение и вручение премий и наград, дни/неделя/год России (в Китае, например);

– корпоративные события (для внутренних аудиторий): День рождения компании, корпоративный Новый год, FamilyDay.

Второй – масштабность:

– локальные события (уровень местного сообщества);

– региональные события (уровень отдельных регионов, субъектов Федерации);

– межрегиональные события (уровень экономических районов, федеральных округов);

– национальные, федеральные события (государственный уровень);

– транснациональные события (на уровне нескольких государств и международных организаций, например, СНГ, Евросоюз);

– глобальные события (на уровне межгосударственных соглашений при участии ООН, ЮНЕСКО, МОТ).

Третий – периодичность:

- единовременными;
- циклическими, привязанными к какой-либо дате;
- многократными, когда акция проводится в различных местах или же ее исполнители отправляются в тур по городам.

Четвертый – целевая аудитория:

- закрытое корпоративное событие для партнеров, сотрудников или дистрибьюторов компании (семинары, конференции, праздники);
- события, ориентированные на конкретную узкую аудиторию (VIP-презентации, мероприятия для журналистов), которая в дальнейшем может быть использована для дальнейшей трансляции информации;
- события, рассчитанные на коммуникацию с массовой аудиторией (концерты, спортивные мероприятия) [58].

Стоит уделить внимание классификации мероприятий по принципу поставленных компанией целей и полученного результата. Данный подход достаточно часто применяется на практике, так как перспективное видение желаемого результата всегда оказывает положительное влияние при выборе мероприятий.

Согласно А.В. Шумовичу, специальные мероприятия бывают следующими:

- события для прессы (пресс-конференции, пресс-туры) – привлекают внимание прессы, инициируют публикации, являются неотъемлемой частью позиционирования компании;
- выездные мероприятия (презентации, мероприятия по стимулированию сбыта) – способствуют увеличению объема продаж и увеличению лояльности клиентов, помогают привлечению новых клиентов;
- развлекательные события (корпоративные праздники, внутрикорпоративные праздники для развития командного духа) – повышают лояльность работников, привлекают внимание прессы;

- торжественные мероприятия (банкеты, фуршеты, юбилеи, прием гостей) – способствуют повышению собственного статуса компании;
- благотворительные события (благотворительные обеды, концерты, акции по сбору средств) – демонстрируют социальную ответственность, привлекают внимание прессы;
- массовые мероприятия (городские праздники, фестивали, выставки, концерты) – привлекают спонсоров, поддерживают культуру, демонстрируют социальную ответственность;
- спортивные события (спортивные соревнования) – массовая непрямая реклама, привлечение туристов, демонстрация социальной ответственности.
- фестивали [60].

Одним из факторов проектирования туристских событий является компетентностный подход.

Компетентностный подход это многогранный фактор оптимизации социокультурной деятельности в региональном туризме.

Согласно наиболее общепринятой точке зрения, компетенция – это совокупность взаимосвязанных качеств личности – знаний, умений, навыков, способов деятельности и опыт применения этих компонентов при проектировании событийного мероприятия.

Компетенция характеризует сферу деятельности, в которой объект осведомлен, а также круг реальных объектов, по отношению к которым эта деятельность осуществляется.

Синонимичное использование понятий «компетенция» и «компетентность» затрудняет развитие теории и практики компетентностного подхода. Целесообразно разграничить понятия «компетентность» и «компетенция» по следующим основаниям: потенциальное – актуальное, данное – освоенное.

Компетенция задает круг предназначений, обязанностей, ролей, комплекс задач, которые человек должен решать и определяется либо как «совокупность знаний, навыков и умений, формируемых в процессе обучения той или иной

дисциплине, а также способность к выполнению определенной деятельности на основе полученных знаний, навыков и умений», либо понимается как «актуальное, формируемое личностное качество как основывающаяся на знаниях, интеллектуально и личностно-обусловленная социально-профессиональная характеристика человека, его личное качество».

Другими словами, компетентность – это качество личности (вернее, совокупность качеств), которое предполагает владение, обладание студентом соответствующей компетенцией, включающее его личностное отношение к ней и предмету деятельности, минимальный опыт деятельности в заданной сфере.

То есть, компетенция – это заданное содержание компетентности, которое необходимо освоить, чтобы быть компетентным. В этом случае, под компетентностью понимается не суммарная совокупность, а целостная система личностно-осмысленных знаний, умений и принятых ценностей, как раз и направленных на применение этих самых компетенций. При этом подчеркиваем, что компетентность – это опыт успешного осуществления деятельности по выполнению определенной деятельности или ее операции.

Это означает, что компетенция, являясь частью целого и достигая необходимого уровня развития в результате обогащения новыми знаниями, умениями, навыками, «превращается» в компетентность как интегративное качество личности. В любом случае, как компетенция, так и компетентность рассматриваются как результат развития личности в образовательном процессе.

Таким образом, компетентность в той или иной деятельности можно рассматривать как способ существования того или иного содержания образования, способ его успешного воплощения в деятельности.

Основной характеристикой компетентности, т.е. владения человеком соответствующей компетенцией, является способность и готовность субъекта реализовать в своей деятельности ценностные установки.

Развивая уже сложившиеся в науке представления, под компетентностным подходом понимается единая система определения целей, отбора содержания,

организационного и технологического обеспечения процесса подготовки на основе выделения специальных, общих и ключевых компетенций, гарантирующих высокий уровень и результативность деятельности специалиста.

В отличие от развития понятия «компетентность» в появлении понятия «компетентностного подхода» как дидактической категории можно также выделить периоды его развития. Осуществленный нами анализ работ по проблеме компетенции\компетентности позволил условно обозначить три этапа становления компетентностного подхода. Указанные этапы становления платформы компетентностного образования и внедрение его в систему во времени своего развития совпадали до некоторой степени с хронологией становления «компетентности» как акмеологической и социопрофессиональной категории:

– первый этап (1960–1970 гг.) характеризуется введением в научный аппарат категории «компетенция», созданием предпосылок разграничения понятий компетентность\компетенция, вводится понятие «коммуникативная компетентность»;

– второй этап (1970–1990 гг.) характеризуется использованием категорий компетентность\компетенция в теории и практике обучения, в основном, родному языку, а также в определении профессионализма в управлении, руководстве, менеджменте, в обучении общению. Зарубежные и отечественные исследователи для разных видов деятельности выделяют различные компетентности\компетенции. В это время разрабатывается содержание понятия «социальные компетенции\компетентности»;

– третий этап (1990–2001гг.) состоял в утверждении компетентностного подхода в качестве объекта специального всестороннего рассмотрения, в материалах ЮНЕСКО приводился круг компетенций, которые рассматриваются как желаемый результат образования. В 1996 г. Совет Европы вводит понятие «ключевые компетенции», которые должны способствовать сохранению

демократического общества, соответствовать новым требованиям рынка и экономическим преобразованиям [25].

В рамках компетентного подхода, как утверждают В.А. Болотов и В.В. Сериков, на первое место выходит не информированность обучаемого, а способность самому находить и применять необходимые решения задач, поставленных образовательной программой [13].

При компетентном подходе особо актуализируется формирование необходимых для управленческой деятельности личностных качеств и психологических установок – понимание смысла осуществляемой деятельности, позитивное к ней отношение, уверенность в своих силах и т.п. Этому должно уделяться гораздо большее внимание в процессе профессиональной подготовки будущих управленцев, способствующей, в конечном счете, их личностному росту, который, по мнению известного психолога Д.А. Леонтьева, есть развитие и разворачивание того, что потенциально в личности содержится [43].

На основе рассмотренных научно-методических работ предлагаем следующие сущностные характеристики компетентного подхода:

- эффективное использование способностей, позволяющее плодотворно осуществлять проектирование и реализацию туристского события;
- овладение знаниями, умениями и способностями, необходимыми для работы по специальности при одновременной автономности и гибкости в части решения профессиональных проблем;
- развитое сотрудничество с коллегами и профессиональной межличностной средой;
- интегрированное сочетание знаний, способностей и установок, оптимальных для выполнения трудовой деятельности в современной производственной среде;
- способность делать что-либо хорошо, эффективно в широком формате контекстов с высокой степенью саморегулирования, саморефлексии, самооценки;

– обладание быстрой, гибкой и адаптивной реакцией на динамику обстоятельств и среды.

Рассмотрим основные компетенции, которые предлагают различные деятели науки.

А.В. Хуторским перечень ключевых компетенций к событийным мероприятиям определен на основе главных целей образования, структурного представления социального опыта и опыта личности, а также основных видов деятельности ученика, позволяющих ему овладевать социальным опытом, получать навыки жизни и практической деятельности в современном обществе.

С данных позиций ключевыми компетенциями являются следующие:

– ценностно-смысловые компетенции. Это компетенции в сфере мировоззрения, связанные с ценностными ориентирами ученика, его способностью видеть и понимать окружающий мир, ориентироваться в нем, осознавать свою роль и предназначение, уметь выбирать целевые и смысловые установки для своих действий и поступков, принимать решения;

– общекультурные компетенции. Ученик должен быть хорошо осведомлен, обладать познаниями и опытом деятельности в вопросах национальной и общечеловеческой культуры, духовно-нравственных основ жизни человека и человечества, культурологических основ семейных, социальных, общественных явлений и традиций, бытовой и культурно-досуговой сфере. Сюда же относится опыт освоения учеником научной картины мира;

– учебно-познавательные компетенции. Это совокупность компетенций ученика в сфере самостоятельной познавательной деятельности, включающей элементы логической, методологической, общеучебной деятельности, соотнесенной с реальными познаваемыми объектами. Сюда входят знания и умения организации целеполагания, планирования, анализа, рефлексии, самооценки учебно-познавательной деятельности;

– информационные компетенции. При помощи реальных объектов (телевизор, магнитофон, телефон, факс, компьютер, принтер, модем, копир) и

информационных технологий (аудиовидеозапись, электронная почта, СМИ, Интернет) формируются умения самостоятельно искать, анализировать и отбирать необходимую информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать ее;

– коммуникативные компетенции. Включают знание необходимых языков, способов взаимодействия с окружающими и удаленными людьми и событиями, навыки работы в группе, владение различными социальными ролями в коллективе;

– социально-трудовые компетенции означают владение знаниями и опытом в сфере гражданско-общественной деятельности (выполнение роли гражданина, наблюдателя, избирателя, представителя), в социально-трудовой сфере (права потребителя, покупателя, клиента, производителя), в сфере семейных отношений и обязанностей, в вопросах экономики и права, в области профессионального самоопределения;

– компетенции личностного самосовершенствования направлены на освоение способов физического, духовного и интеллектуального саморазвития, эмоциональной саморегуляции и самоподдержки. К данным компетенциям относятся правила личной гигиены, забота о собственном здоровье, половая грамотность, внутренняя экологическая культура. Сюда же входит комплекс качеств, связанных с основами безопасной жизнедеятельности личности [59].

И.А. Зимней выделены три группы ключевых компетентностей, на основе сформулированных в отечественной психологии положений относительно того, что человек есть субъект общения, познания, труда (Б.Г. Ананьев), что человек проявляется в системе отношений к обществу, другим людям, к себе, к труду (В.Н. Мясищев); что компетентность человека имеет вектор акмеологического развития (Н.В. Кузьмина, А.А. Деркач); что профессионализм включает компетентности (А.К. Маркова):

– компетентности, относящиеся к самому себе как личности, как субъекту жизнедеятельности;

– компетентности, относящиеся к взаимодействию человека с другими людьми;

– компетентности, относящиеся к деятельности человека, проявляющиеся во всех ее типах и формах.

Такая группировка позволила структурировать существующие подходы к названию и определению ключевых компетенций/компетентностей и представить их совокупность.

1) Компетенции, относящиеся к самому человеку как личности, субъекту деятельности, общения. Они суть:

– компетенции здоровьесбережения: знание и соблюдение норм здорового образа жизни, знание опасности курения; знание и соблюдение правил личной гигиены, обихода; физическая культура человека, свобода и ответственность выбора образа жизни;

– компетенции ценностно-смысловой ориентации в мире: ценности бытия, жизни; ценности культуры (живопись, литература, искусство, музыка), науки; производства; истории цивилизаций, собственной страны; религии;

– компетенции интеграции: структурирование знаний, ситуативно-адекватной актуализации знаний, расширения приращения накопленных знаний;

– компетенции гражданственности: знания и соблюдение прав и обязанностей гражданина; свобода и ответственность, уверенность в себе, собственное достоинство, гражданский долг; знание и гордость за символы государства (герб, флаг, гимн);

– компетенции самосовершенствования, саморегулирования, саморазвития, личностной и предметной рефлексии; смысл жизни; профессиональное развитие; языковое и речевое развитие; овладение культурой родного языка, владение иностранным языком.

2) Компетенции, относящиеся к социальному взаимодействию человека и социальной сферы:

– компетенции социального взаимодействия: с обществом, общностью, коллективом, семьей, друзьями, партнерами, конфликты и их погашение, сотрудничество, толерантность, уважение и принятие другого (раса, национальность, религия, статус, роль, пол), социальная мобильность;

– компетенции в общении: устном, письменном, диалог, монолог, порождение и восприятие текста; знание и соблюдение традиций, ритуала, этикета; кросс-культурное общение; деловая переписка; делопроизводство, бизнес-язык; иноязычное общение, коммуникативные задачи, уровни воздействия на реципиента.

3) Компетенции, относящиеся к деятельности человека:

– компетенция познавательной деятельности: постановка и решение познавательных задач; нестандартные решения, проблемные ситуации — их создание и разрешение; продуктивное и репродуктивное познание, исследование, интеллектуальная деятельность;

– компетенции деятельности: игра, учение, труд; средства и способы деятельности: планирование, проектирование, моделирование, прогнозирование, исследовательская деятельность, ориентация в разных видах деятельности;

– компетенции информационных технологий: прием, переработка, выдача информации; преобразование информации (чтение, конспектирование), массмедийные, мультимедийные технологии, компьютерная грамотность; владение электронной, интернет-технологией [23].

Обобщив разные мнения, создадим общую совокупность необходимых компетенций организаторов событийных мероприятий (см. рисунок 2).

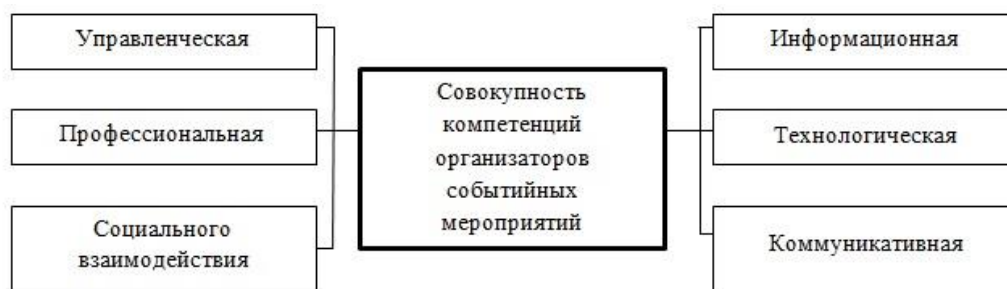


Рисунок 2 – Совокупность компетенций организаторов событийных мероприятий

Таким образом, компетентностный подход, применяемый при проектировании событийного мероприятия, это совокупность принципов, определяющих:

- цели события;
- содержание события;
- организация и реализация события;
- оценка события.

1.2 Анализ событийных мероприятий в региональном туризме

В настоящее время, несмотря на то, что регионы высоко заинтересованы в развитии туризма, само понятие «региональный туризм» отсутствует в основном документе, регламентирующем туристскую деятельность в РФ, хотя российскими исследователями предпринимаются попытки формирования понятия данного вида туризма и рассмотрение специфики его развития.

Под региональным туризмом, по мнению В.А. Квартального и И.В. Зорина, следует понимать туристскую деятельность, характерную для конкретного региона, совокупности стран или территорий с однотипными условиями развития туризма и схожим уровнем туристской освоенности.

Понятие «региональный туризм» содержит два тесно связанных между собой аспекта: географический и социально-экономический. Первый (географический) отражает пространственное распределение рекреационных ресурсов, объем рекреационных потребностей местного населения и степень удовлетворения их в

конкретном районе, а также возможности для привлечения внешних туристских потоков на данную территорию. Второй (социально-экономический) показывает уровень рекреационной освоенности территории, обусловивший место данного региона на отечественном и мировом туристских рынках, и социально-экономические условия, способные стимулировать или сдерживать развитие туризма [31].

На сегодняшний день существует множество видов туризма. Особую роль в процессе становления регионального туризма может занять событийный туризм.

Челябинская область расположена на Южном Урале и на западной окраине Западно-Сибирской равнины. Граничит с Казахстаном, Республикой Башкортостан, Свердловской, Оренбургской и Курганской областями. Относится к Уральскому Федеральному округу.

Территория – 87,9 тыс. км², население – 3 603 тыс. человек. Административный центр г. Челябинск (1 111,0 тыс. жителей), расстояние от Москвы до Челябинска 1 920 км. Время опережает московское на два часа. Транспортная доступность – регулярное ж.д., автомобильное, авиа сообщение.

Климат континентальный, средняя t января -17°C , июля $+18,5^{\circ}\text{C}$. Рельеф меняется от равнинного на востоке до горного на северо-западе (до 1 425 м.). Насчитывается около 3 000 озер, главные реки Урал, Миасс. В растительном покрове выделяется горная лесная, лесостепная и южная степная зоны.

В Челябинской области представлено большое количество туристских направлений: туризм спортивный, культурно-познавательный, рекреационный, событийный и другие. Это очень важно в настоящее время, поскольку для России развитие туристской сферы (в особенности развитие внутреннего и въездного туризма) является первоочередной задачей.

Природные объекты. Живописная природа Урала является основой туристско-рекреационного потенциала области. На ее территории расположены уникальный Ильменский заповедник, Восточно-Уральский заповедник, Национальный парк

«Таганай», национальный парк «Зюраткуль» и около 20 региональных заказников. Охраняемые территории занимают десятую часть площади региона.

Горные вершины (Двуглавая, Круглица и др.) сочетаются с озерами Зюраткуль, Увильды, Тургояк и многими другими, лесами, пещерами и целебными источниками. По водоразделу Уральского хребта проходит граница Европы и Азии, отмеченная памятным знаком на перевале Уралтау. На территории историко-природного комплекса Пороги и на многочисленных реках существуют большие возможности для сплавных маршрутов. Создано около 20 горнолыжных комплексов (Абзаково, Завьялиха, Аджигардак и др.). Действует развитая система санаториев (Кисегач, Увильды, Урал и др.). Отдельной темой природных достопримечательностей выступают месторождения коллекционных минералов.

Историко-культурные достопримечательности. Территория Челябинской области была издревле освоена человеком, оставившим заметный след в мировой культуре. В регионе сохранилась на скальной палеолитическая живопись (Игнатьевская пещера и др.) и расположен музей-заповедник «Аркаим» – поселение и могильник в степях Южного Урала (XVII–XVI в.в. до н.э.), памятник протогородской цивилизации. Работает большое количество геолого-минералогических музеев: естественно-научный музей Ильменского заповедника (г. Миасс), Музей Геологии (г. Челябинск), Челябинский геолого-минералогический музей и др. Самостоятельной темой выступает художественная обработка минерального сырья Урала. Открыт музей декоративно-прикладного искусства Урала в г. Челябинске. Каслинский историко-художественный музей в г. Касли представляет коллекцию художественных отливок, выполненных в XIX–XX вв. на Каслинском заводе. Работает ряд краеведческих музеев в городах Челябинске, Златоусте, Южноуральске и др [18].

Развитию событийного туризма в Челябинской области уделяется особое внимание.

В августе 2012 года был создан «Центр развития туризма Челябинской области». Необходимость создания Центра вызвана объективными обстоятельствами. В последнее время уделяется особенное внимание развитию внутреннего и въездного туризма. А Южный Урал, с его многочисленными озерами, разнообразием ландшафтов и рельефов, богатством растительности и многообразием памятников истории и архитектуры – край перспективный для въездного туризма. Круг задач, которые поставлены перед Центром, очень широк: это и разработка новых маршрутов, и улучшение туристической инфраструктуры в области, это реализация «инвест» проектов, выставочная деятельность, брендинг территории. Цель «Центра развития туризма Челябинской области» – сделать все возможное в создании благоприятных условий для развития въездного и внутреннего туризма, сформировать туристическую привлекательность края.

Наиболее значимые событийные мероприятия представлены событийным календарем Центра развития туризма Челябинской области за 2016 и 2017 гг.

Рассмотрев основные событийные мероприятия региона, проведем их сравнительный анализ, относительно 2016 и 2017 года (см. таблицу 3).

Таблица 3 – Анализ событийного календаря 2016 и 2017 года по сезонности и видам деятельности

Категории	2016 год		2017 год	
Сезонность (см. рисунок 5)	декабрь – 4. январь – 3; февраль – 4;;	март – 5; апрель – 7; май – 4	декабрь – 14. январь – 3; февраль – 10;	март – 14; апрель – 9; май – 10;
	июнь – 16; июль – 10; август – 7;	сентябрь – 7; октябрь – 3; ноябрь – 7;	июнь – 22; июль – 14; август – 8;	сентябрь – 11; октябрь – 6; ноябрь – 8;
Вид деятельности	Спортивные – 22; музыкальные – 11, фестивальные – 27; научные – 2; тематические – 7.		Спортивные – 45; музыкальные – 10, фестивальные – 37; научные – 2; тематические – 9.	

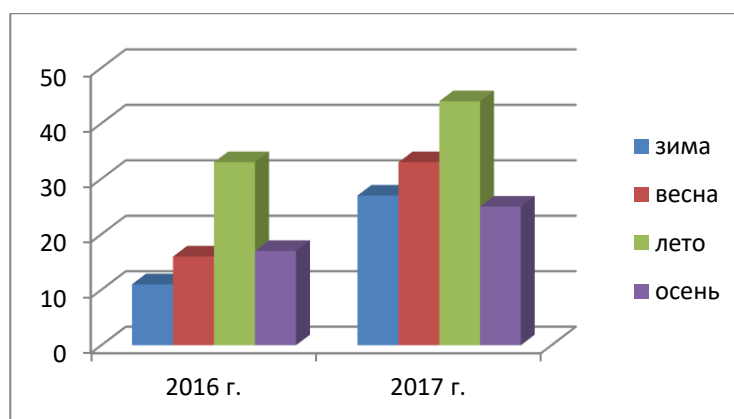


Рисунок 3 – Анализ событийного календаря по сезонности (2016–2017гг.)

Таблица 4 – Анализ событийного календаря 2016 и 2017 гг. по районам

Регионы	2016 год	2017 год
<i>Миасский городской округ</i>	Спортивные – 5; фестивальные – 1;	Спортивные – 7; музыкальные – 1, тематические – 1
<i>Чебаркульский район</i>	фестивальные – 2; тематические – 1	фестивальные – 2; тематические – 1
<i>г. Магнитогорск</i>	фестивальные – 2; музыкальные – 2; тематические – 2	Спортивные – 1; фестивальные – 1; музыкальные – 2; тематические – 2
<i>г. Златоуст</i>	Спортивные – 2; фестивальные – 2; музыкальные – 2;	Спортивные – 2; фестивальные – 6;
<i>Саткинский муниципальный район</i>	Спортивные – 2; фестивальные – 5;	Спортивные – 2; фестивальные – 6;
<i>г. Аша</i>	Тематический – 1; фестивальные – 1; музыкальные – 1;	Спортивные – 2; фестивальные – 1;
<i>Кыштымский городской округ</i>	Спортивные – 1; фестивальные – 2;	Спортивные – 2; тематический – 1;
<i>Аргаяшский район</i>	тематический – 1	тематический – 1
<i>Нагайбакский район</i>	тематический – 1	тематический – 1
<i>Усть-Катавский городской округ</i>	тематический – 1	фестивальные – 1
<i>г. Еманжелинск</i>	фестивальные – 1	фестивальные – 1
<i>Кизильский район</i>	фестивальные – 1	фестивальные – 1
<i>Чесменский муниципальный район</i>	тематический – 1	тематический – 1
<i>г. Куса</i>	спортивные - 1	тематический – 2
<i>с. Уйское</i>	фестивальные – 2;	фестивальные – 2;

Продолжение таблицы 4

Регионы	2016 год	2017 год
г. Челябинск	Спортивные – 8; музыкальные – 3, фестивальные – 7; научные – 2; тематические – 5.	Спортивные – 10; музыкальные – 3, фестивальные – 9; научные – 2; тематические – 7.
Итого:	76	128

Исходя из данных таблицы 4, составим диаграмму полученных данных (см. рисунок 4).

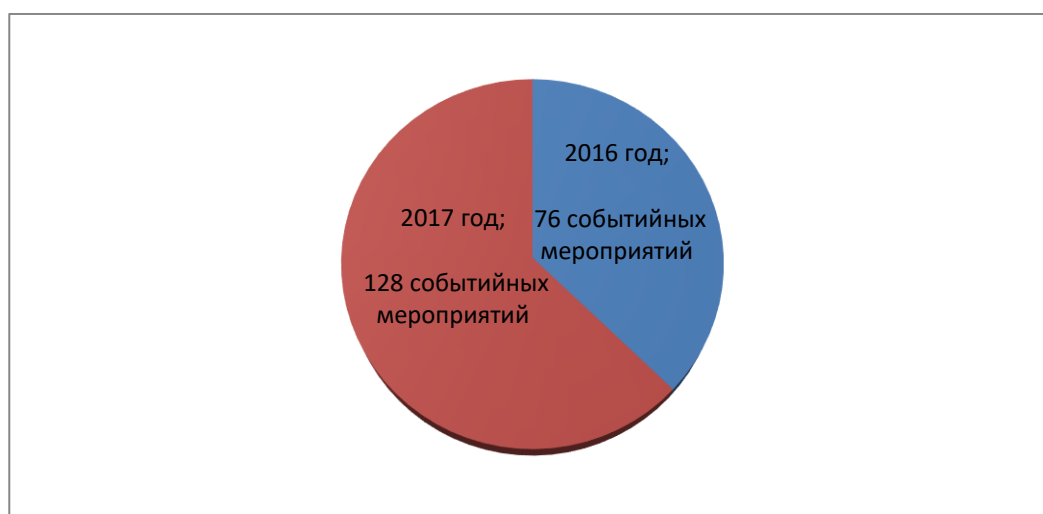


Рисунок 4 – Анализ событийного календаря 2016 и 2017 гг. по районам

Таким образом, основными событийными мероприятиями Южного Урала 2016–2017 гг. являются следующие события:

Ильменский фестиваль авторской песни входит в список Брендов Южного Урала и вот уже четыре десятилетия подряд являет собой культурное событие всероссийского масштаба.

Цель фестиваля – приобщение широких слоев населения к нравственным общечеловеческим ценностям посредством семейного культурного отдыха; приобщение к музыке, поэзии, творчеству.

Ильменский фестиваль собирает до 40 000 участников. Состав аудитории позволяет судить о его международном звучании.

Главное событие – конкурс авторской песни, в котором ежегодно принимают участие около 300 человек. За прошедшие годы почетными гостями и членами жюри фестиваля были Юрий Визбор, Александр Городницкий, Вадим и Валерий Мищуки, Галина Хомич и другие.

В концерте «Олег Митяев представляет...» в разные годы принимали участие: Дмитрий Харатьян, Тамара Гвардцители, Юрий Стоянов, Сергей Безруков. На нескольких площадках одновременно проходят концерты с участием детей и взрослых, профессионалов и любителей авторской песни. Фестиваль запомнится надолго, и наверняка захочется вернуться вновь.

Всероссийский Бажовский фестиваль народного творчества («Бажовка») – ежегодный фестиваль традиционной народной культуры.

Самый крупный среди фестивалей такого направления Уральского региона по количеству участников. В среднем в программе фестиваля принимают участие более 300 творческих коллективов и более 300 мастерских декоративно-прикладного творчества, общее количество участников превышает 4 000 человек.

Всех любителей народного творчества в 2016 году принимал ГЛЦ «Солнечная долина». Именно здесь фестиваль развернулся и предстал для всех посетителей в виде настоящего города – с центральной улицей, главной площадью, на которой расположится «сердце фестиваля» – мастерская слобода, с настоящей нулевой верстой и уникальными арт-объектами, связанными с творчеством Павла Бажова.

Фестиваль «Кузюки» – это российский международный праздник кузнечного искусства, украшенного оружия и гравюры, а также других народных ремесел и промыслов. Традиционно проводится в начале сентября и посвящается дню рождения города Златоуста.

Целью фестиваля является пропаганда и возрождение исконных уральских народных промыслов: кузнечного ремесла, оружейного дела, гравюры на стали. Девиз мероприятия: мужчина – кузнец семейного счастья, женщина – хранительница очага, дети – яркие и горячие искры семейного очага. На фестиваль приглашаются мастера кузнечного дела, булатовары, художники,

ремесленники из России. В рамках фестиваля проводятся различные конкурсы: конкурс металлических скульптур и композиций «Железный кузюк»; конкурс на самый красивый дамаск «Аносовские наследники»; конкурс на самый прочный нож «Самый, самый».

Южноуральский Сабантуй – народный традиционный праздник окончания посевных работ у татар и башкир, каждый год он проводится в новом месте области. В последние годы Сабантуй на Южном Урале превратился из простого большого народного гулянья в полноценный этнический фестиваль. Здесь можно узнать все тонкости народного быта и попробовать национальные угощения.

В концертной программе принимают участие лучшие музыкальные и танцевальные коллективы Челябинской области, Башкортостана, Казахстана и других регионов. На Сабантуе проходят традиционные народные забавы и игры, спортивные соревнования – конные скачки лошадей башкирской породы и национальная борьба «Курэш». На празднике представляют изделия народных умельцев: керамические, стеклянные и глиняные чайники и пиалы, картины, украшения, обереги для дома. Под открытым небом накрывают праздничные столы с традиционными лакомствами.

Фольклорно-гастрономический фестиваль «Уральские пельмени на Николу Зимнего».

Фестиваль приурочен к Николиному дню (19 декабря). Традиционно на Руси на второй неделе декабря проводились Никольские торги, которые устанавливали цены до нового урожая – «Никольский торг – всему указ».

На три дня в середине декабря, центральный парк города Челябинска превращается в раздольную ярмарку. Гостей праздника ожидают песни и пляски, народные забавы и кулачные бои. Но Никольский торг – это прежде всего ярмарка. Фестиваль встречает гостей пельменными рядами – каждый может не только попробовать уральские пельмени, но и проголосовать за понравившееся угощение. Более 40 коллективов готовят свои программы с русскими народными песнями и плясками, частушками и забавами.

Концерт духовной и классической музыки в г. Кыштыме.

В г. Кыштыме зарождается традиция проведения концертов духовной музыки. Такие концерты в рамках дней духовной и классической музыки или фестиваля будут проводить в г. Кыштыме ежегодно.

Площадкой стал храм Рождества Христова, который отличается прекрасной акустикой. В храме в 2016 году выступили Архиерейский хор Свято-Симеоновского кафедрального собора г. Челябинска, хор Свято-Троицкого храма г. Челябинска и Челябинский камерный хор имени Валерия Михальченко. Следующий концерт запланирован на конец августа – начало сентября 2017 года.

Чемпионат России по фигурному катанию.

20–25 декабря 2016 года в Челябинске прошел чемпионат России по фигурному катанию. Спортсмены состязались на ледовой арене «Трактор». Особое внимание зрители чемпионата обратили на произвольную программу чемпионата России 2017 у одиночников и спортивных пар. Победители чемпионата получили престижную путевку на европейское первенство, которое стартует в 2017 году.

Кубок мира по фристайлу.

Этап Кубка мира по фристайлу в дисциплине «ски-кросс» 24–25 февраля, г. Миасс, ГЛК «Солнечная долина». Кубки мира по фристайлу – это серия крупнейших кубковых международных стартов в мужском и женском фристайле. Ранее этапы Кубка мира FIS проходили на склонах горнолыжных курортов Австрии, Франции, Канады, Швейцарии. В 2016 году международная лыжная федерация (FIS), ознакомившись с возможностями спорткомплекса «Солнечная долина», приняла решение провести этап Кубка мира в дисциплине ски-кросс на Южном Урале. В Кубке мира по фристайлу разыгрывались комплекты медалей в пяти классических олимпийских дисциплинах, которые формируют лыжный спорт «фристайл»: акробатика, могул, ски-кросс, слоуп-стайл, хаф-пайп, а также неолимпийский лыжный спорт – парный могул

Студенческий фестиваль «Карнавалы мира».

Данный фестиваль проводится в конце декабря, вот уже третий год подряд. Проводится по решению Совета Института спорта, туризма и сервиса Южно-Уральского государственного университета на базе кафедры туризма и социально-культурного сервиса в г. Челябинске. Конкурсная программа фестиваля посвящена тематике карнавала.

Анализ показал, что в регионах проведено за 2016 год – 76 событийных мероприятий, проведено и запланировано в 2017 году – 204 событийных мероприятия в целом.

По сравнению с 2016 годом, в 2017 году количество событийных мероприятий возросло на 68 %.

Из всего многообразия событийных мероприятий, мы выделяем: спортивные, тематические, научные, музыкальные, фестивальные.

Несмотря на большую разновидность событийных мероприятий, события карнавальных движений отсутствуют в событийном календаре области, эта сфера остается не изученной в региональном туризме.

1.3 Моделирование регионального событийного мероприятия

Компетентностный подход – это комплекс общих принципов, которые необходимы для того, чтобы определить цели события, подготовить событийное мероприятие в условиях конкретного туристского региона [35].

Анализ программ образовательных стандартов, видов деятельности в событийных мероприятиях и теория компетентностного подхода позволили нам составить комплекс компетенций необходимых для проектирования и проведения событийных мероприятий в региональном туризме:

– способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости событийных мероприятий в региональном туризме;

- способность использовать основы экономических знаний при проектировании событий и эффективности результатов событийных мероприятий в различных сферах;
- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способность к самоорганизации и самообразованию;
- способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний;
- готовность пользоваться основными методами защиты участников события и населения от возможных угроз;
- способность к разработке событийных мероприятий как туристского продукта;
- способность организовать процесс обслуживания участников и туристов событийных мероприятий;
- способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной событийной деятельности в региональном туризме;
- способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг и событийных мероприятий;
- готовность к применению инновационных технологий при проектировании событийных мероприятий;
- готовность к разработке события как туристского продукта на основе современных технологий;

– способность к продвижению и реализации событийного мероприятия как туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;

– способность к общению со зрителями и участниками события как туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов;

– способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;

– готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;

– готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;

– готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности;

– способностью разрабатывать новые туристские проекты, соответствующие требованиям туристской индустрии, выявлять приоритетные направления в проектировании, составлять необходимую нормативно-техническую документацию;

– способностью разрабатывать и внедрять нормативную документацию по стандартизации, сертификации и качеству туристского продукта и услуг туристской индустрии.

Разработаем компетентностную модель организаторов событийных мероприятий (см. рисунок 5).

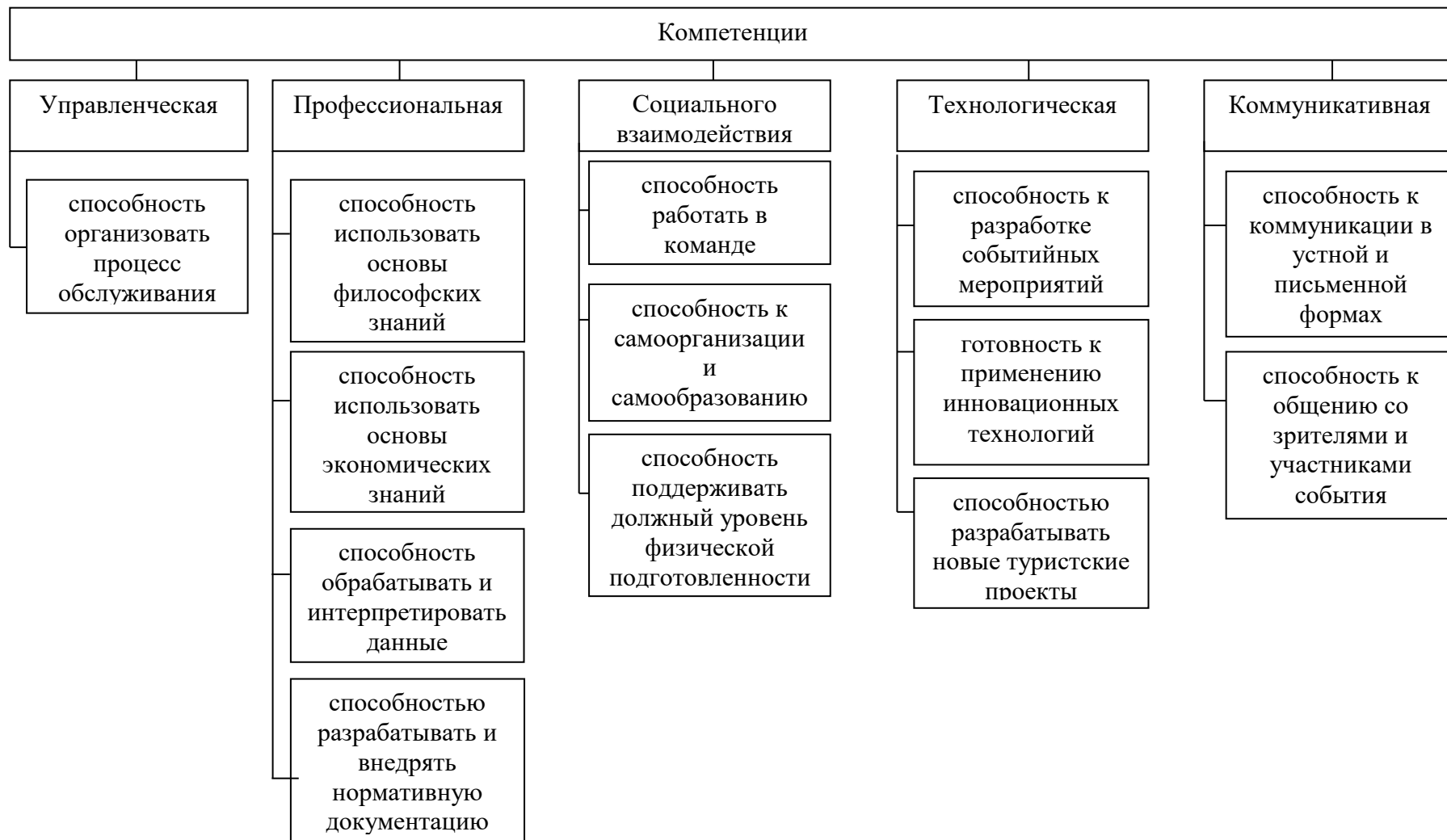


Рисунок 5 – Компетентностная модель организаторов событийных мероприятий

Эффективным средством решения проблемы проектирования событийного мероприятия является метод моделирования, который успешно применяют в различных областях науки, производства, образования и других сферах.

Модель (фр. *modèle*, от лат. *modulus* – «мера, аналог, образец») – это система, исследование которой служит средством для получения информации о другой системе, это упрощённое представление реального устройства или протекающих в нём процессов, явлений [45].

Под моделированием понимается теоретический метод научного познания, который характеризуется как воспроизведение характеристик некоторого объекта на другом объекте, специально созданном для их изучения. Второй из объектов, называемый моделью первого, находится в определенном объективном соответствии с познаваемым объектом, способен замещать его на определенных этапах познания и дает при его исследовании, в конечном счете, информацию о самом моделируемом объекте.

Исходя из логики нашего исследования, в качестве первого структурного компонента мы выделяем целевой блок, включающий в себя определение цели – разработать и обосновать туристское событие, а также, методологический блок, раскрывающий основные подходы, принципы и методы при проектировании событийного мероприятия.

Подход – направление методологии исследования, в основе которого лежит рассмотрение объекта как целостного множества элементов в совокупности отношений и связей между ними, то есть рассмотрение объекта как системы [45].

Как известно, цель конкретизируется в задачах, содержание которых мы определили на основе следующих подходов:

– компетентностный – это совокупность общих принципов определения целей образования, отбора содержания образования, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов;

– динамический – способ изучения объектов и явлений, рассматривающий их в процессе изменения во времени самих объектов, явлений, их элементов и соотношений между ними;

– комплексный – систематическое изучение целостного индивидуально-психологического становления человека на всех этапах его пути жизненного;

– личностно-деятельностный – методологическая концепция отечественной психологии, рассматривающая психологию как науку о порождении и функционировании психики в процессе деятельностного взаимодействия индивидов со средой.

Принцип – в теоретической философии то, чем объединяется в мысли и в действительности известная совокупность фактов.

При составлении модели, мы использовали следующие принципы: историко-культурной преемственности, социокультурной и научной идентификации, учета региональных условий, сегментация рынка, субъектов событийного мероприятия.

Третьим компонентом методологического блока, мы определили методы, используемые при проектировании туристского события, а именно: методы анализа и обобщения, абстрагирования и аналогии, моделирования, методы математической и статистической обработки данных.

Организационно-технологический блок представляет событие компонентом этапа процессуального характера.

Данный блок включает три этапа: первый этап – прогностический, второй – организационно-деятельностный, третий – аналитический.

Прогностический анализ предполагает формирование концептуальной модели управления. Представляет предположительное нахождение путей решения выдвинутых проблем, разработку целей и задач, построение гипотез и конструирование плана. Включает: маркетинговое исследование рынка, организационно-деятельностную документацию, составление списков участников, связь с партнерами.

Организационно-деятельностный этап предполагает переход от абстрактного к конкретному и содержит следующие компоненты: встреча и размещение участников, конкурсную программу («Маска, кто ты?», «Традиции и гостеприимство карнавальной страны», «Снежная цивилизация», «Карнавальный калейдоскоп», «Ах, карнавал!»).

Аналитический этап. Позволяет составить отчет о проведении мероприятия, проведен анализ эффективности мероприятия, будут составлены рекомендации на следующий год, информированность в СМИ, а также определяются субъекты события.

Результативный блок. Обеспечивается разработкой организационно-распорядительной документации, награждением победителей по номинациям, составлением отчета и плана на следующий год.

На выходе мы получаем событие как предмет туризма (см. рисунок 6).

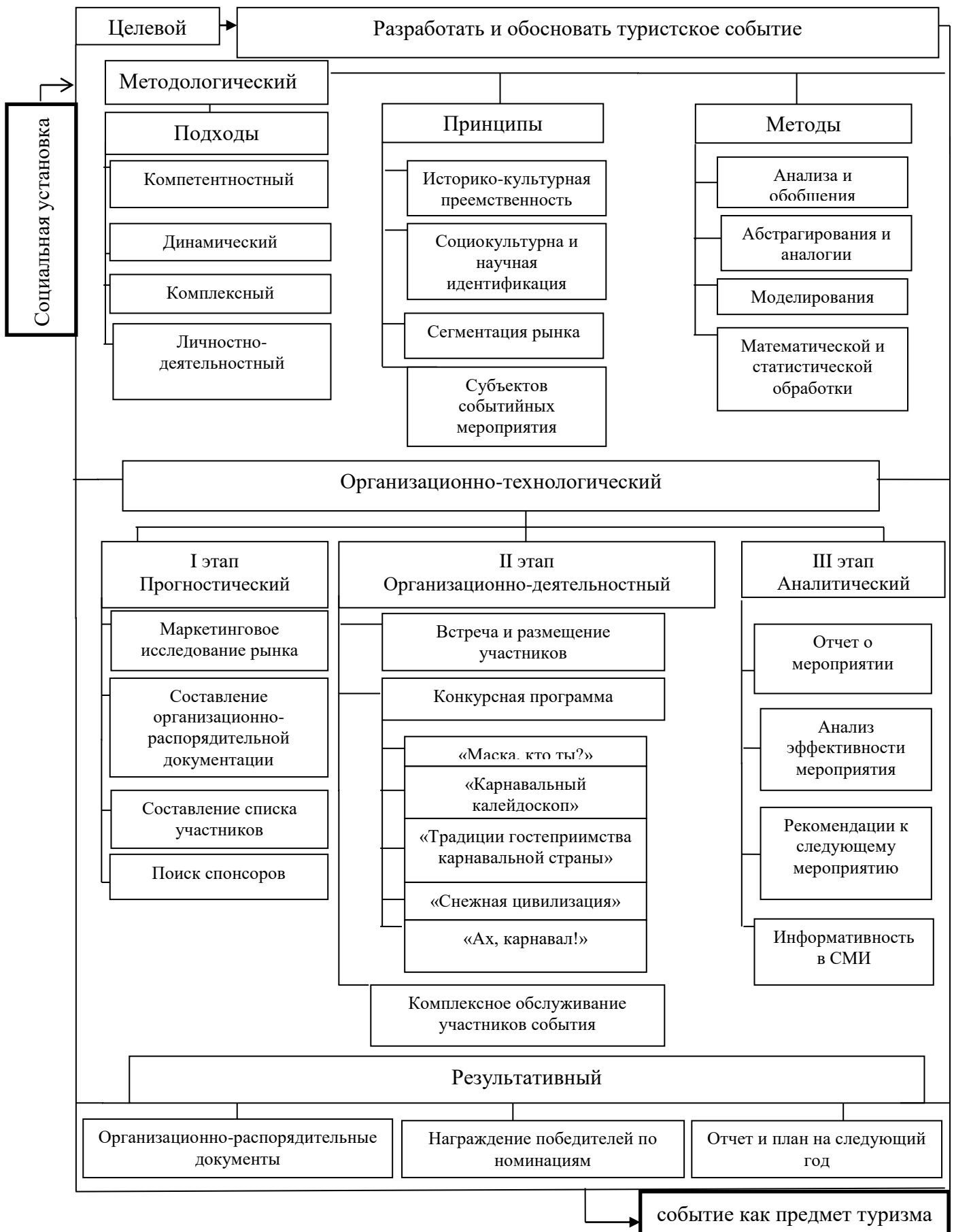


Рисунок 6 – Модель событийного мероприятия

Вывод по главе один

Событийный туризм выделяется среди других разновидностей туризма и отличается особой уникальностью.

С исторической точки зрения событийный туризм молод, а значит, дает широкое поле для реализации, позволяет выделять еще незанятые ниши в этой области. Туристы, выбравшие событийный туризм во главу поездки приурочивают определенное событие.

Проанализировав различные подходы к проблемам событийного туризма, мы пришли к общему определению данного вида туризма: событийный туризм – вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события.

Событийный туризм можно классифицировать в нескольких направлениях.

По масштабу событийного мероприятия: международные; национальные; региональные.

По функциональной направленности: конгрессный; фестиваль; спортивный; международный выставочный и ярмарочный; развлекательный; познавательный.

В событийном туризме можно отдельно выделить тематические виды: национальные фестивали и праздники; театрализованные шоу; фестивали кино и театра; гастрономические фестивали; фестивали и выставки цветов; модные показы; аукционы; фестивали музыки и музыкальные конкурсы; спортивные события; международные технические салоны.

Анализ мероприятий событийного календаря от Центра развития туризма Челябинской области за 2016 и 2017 гг., показывает значительный рост числа мероприятий (на 68%).

Анализ названий и содержания мероприятий позволяет выделить основные виды региональных событийных мероприятий: спортивные, музыкальные, фестивальные, научные, тематические.

При этом значительное увеличение количества мероприятий, наблюдается в области спортивных и фестивальных.

Анализ содержания и организации различных событийных мероприятий позволяет выделить популярные («успешные») – события, привлекающие большое количество участников и туристов (Ильменский фестиваль, Грушинский фестиваль, фестиваль «Карнавалы мира», Бажовский фестиваль) и наивные, специфика которых не позволяет выйти за рамки самого мероприятия (Масленица, музыкальный фестиваль «Вива Опера!»). В силу своей специфики и узкости потребительского сегмента, они имеют поддерживающий статус.

Организация и проведение, поиск новых форм событийных мероприятий для развития внутреннего и регионального туризма, требуют определенного состава компетенций, чтобы «войти» и «закрепиться» на туристском рынке.

Поэтому, компетентностный подход к проектированию событийных мероприятий может стать одним из ведущих в разработке и проведении событийных мероприятий.

На основе изучения литературы в области компетентностного подхода, позволило нам выделить основные группы компетенций: управленческие, технологические, информационные, коммуникативные, профессиональные, социального взаимодействия.

На основе анализа профессионально-образовательных стандартов в сфере туризма и социокультурной деятельности, мы определили совокупность компетенций общекультурной, общепрофессиональной и профессиональной направленности, которыми должны обладать разработчики и организаторы событийных мероприятий в региональном туризме.

Основой проектной деятельности в событийном мероприятии является моделирование.

На основе компетентностного подхода, в разработанную модель проектирования туристского события, мы включили 4 основных блока: целевой, методологический, организационно-технологический, результативный.

Для эффективного функционирования модели, определен комплекс условий: создание профессионально-ориентированной творческой среды в структурных подразделениях учебных заведений; мотивация участников события к достижению высоких результатов; продвижение события в различных сегментах субъектов туристского региона – студенты, школьники, коллективы дополнительного образования и детского досуга.

2 РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

Для успешной реализации модели событийного мероприятия, нам необходимо разработать концепцию события, календарный план по подготовке и проведению мероприятия.

Для проверки эффективности модели, провести анализ событийного мероприятия и определить основные направления на его совершенствование.

2.1 Концепция событийного мероприятия

Первые фестивали были музыкальной направленности, и зародились они в Англии. Из года в год популярность фестивалей только возрастала и в настоящее время можно говорить о целой индустрии фестивальной деятельности с широким спектром направлений.

Анализ литературы в области искусств показал отсутствие детального определения фестиваля, как организационно-художественной формы. Единственное определение этого термина дает словарь русского языка С.И. Ожегова: «Фестиваль – широкая общественная, праздничная встреча, сопровождаемая смотром достижений каких-нибудь видов искусств». Безусловно, это определение несет в себе отпечаток понимания значения фестиваля, прежде всего, как общественно-политической, а не художественной акции, характерной для культурной политики советского времени [62].

В настоящее время очень условной является классификация фестивалей по видам, это вызвано тем, что сегодняшний фестиваль имеет смешанный характер из-за многообразия событий, составляющих его.

Рассмотрим общую классификацию фестивалей.

В зависимости от времени и места проведения: сезонные; закрытые, проводимые на закрытых площадках, в камерной обстановке; открытые,

проводимые «под открытым небом», на открытых площадках, на фоне ландшафтных пейзажей.

В зависимости от масштабности проведения: городские, региональные, областные, всероссийские, международные, этнические, межкультурные.

В зависимости от идейной направленности: профессиональные; исторические, ретроспективные (воссоздающие историческое событие, эпоху, легенды и обряды местности); фестивали современных технологий.

В зависимости от основной аудитории: детские, юношеские, категорийные; всеобщие.

В зависимости от вида искусств, представленного на конкурсную программу для оценки: художественные фестивали (рисунок, живопись, пластичные фестивали); смешанные (фестивали творчества).

В основе содержания событийного мероприятия лежит разработка основной концепции фестиваля [54].

Концепция, или концепт, (от лат. *conceptio* – понимание, система) – определенный способ понимания (трактовки) какого-либо предмета, явления или процесса; основная точка зрения на предмет; руководящая идея для их систематического освещения.

Концепция мероприятия – это его основная идея, фундамент, превращающая все: от декора и оформления до организации творческой части мероприятия, внешнего облика самих гостей и организаторов события. Конечно, каждая концепция требует логического или творческого обоснования.

То есть, по сути, концепция – это основная идея события, выраженная при помощи инструментов создания определенной атмосферы мероприятия.

При работе над концепцией, организаторы мероприятия всегда учитывают огромное количество объективных и субъективных причин и факторов, влияющих на выбор тематики: повод, причина, традиции, предпочтения, количество участников и зрителей, время и место проведения мероприятия.

Разработка концепции туристского события обусловлена рядом причин:

- поиски новых форм и методов организации событийных мероприятий, поддерживающих бренд региона как туристской дестинации;
- требования региона для развития внутреннего и внешнего туризма;
- расширение ассортимента событийных мероприятий, территорий, потребительского сегмента и вовлечение новых элементов в событие, которые становятся туристским.

Настоящая концепция является предложением для проведения межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира».

Предлагается провести этот фестиваль как систему массовых очных конкурсных соревнований студентов в творческом применении знаний и реализации полученных навыков и умений по дисциплинам, изучаемым по программам высшего и среднего профессионального образования в области сервиса и туризма, экономики и управления, образования и педагогических наук, физической культуры и спорта, социальной работы.

Основная цель фестиваля – это повышение качества подготовки студентов.

Задачи фестиваля: совершенствование форм учебной и внеучебной работы студентов по направлениям подготовки: туризм, гостиничное дело, сервис, менеджмент, экономика, физическая культура, педагогическое образование, социальная работа, а также развитие творческих способностей студентов, выявление творчески одаренной молодежи.

Как уже отмечалось в 1.3, для проведения событийного мероприятия продолжительного действия, нам необходимо составить концепцию каждого этапа: открытие, непосредственно само событие, закрытие.

Рассмотрим последовательность и содержательные линии каждого элемента.

Открытие события всегда задает тон самому мероприятию и является прогнозно-формирующим.

Успех этого этапа мероприятия формирует позитивное настроение, создает эмоционально-волевой настрой на конкурсные мероприятия события.

Исходя из этого, мы определили основные содержательные линии открытия данного мероприятия:

Свет на сцену. Барабанщицы без объявления (из зала, проходят по залу, поднимаются на сцену встают клином)

Выход ведущих. Приветствие.

В: Добрый день, дорогие студенты, преподаватели, друзья и гости Южно-Уральского государственного университета! Сегодня мы открываем межвузовский студенческий фестиваль «Карнавалы мира». Появление на экране заставки с названием мероприятия.

В: Для приветствия парада участников фестиваля на сцену приглашаются: заместитель Министра культуры Челябинской области, заместитель Министра образования Челябинской области, заведующая кафедрой туризма и гостиничного дела «Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодёжи и туризма», г. Москва, член Президиума Учебно-методического объединения по образованию в области туризма и сервиса (Сочинский государственный университет), директор института спорта туризма и сервиса ЮУрГУ, кандидат биологических наук, доцент

Объявление парада команд-участниц фестиваля, приглашение приветствовать парад почетных гостей.

Перечисление команд, их шествие по залу от входа до сцены. Построение команд лицом к сцене и залу (полубоком)

В: Парад участников фестиваля открывают команды Южно-Уральского государственного университета: Институт спорта, туризма и сервиса, Южно-Уральский государственный университет, студенты туристских, сервисных, экономических специальностей 1 и 2 курса, руководитель представляют дружелюбное государство Колумбия – (самое любимое место на земле туристов – экстрималов); Институт спорта, туризма и сервиса, Южно-Уральский государственный университет – Педагогическое образование, команда несет туристское знамя Египта; ИСТИС ЮУрГУ, заочное отделение, 5 курс, команда

представляет на «Карнавалах мира» Американский континент – США; ИСТИС ЮУрГУ, студенты туристских специальностей 1 и 3 курс расскажут на фестивале о красках Индии; ИСТИС ЮУрГУ 4 курс поведают о культурных традициях прекрасной Грузии; ИСТИС ЮУрГУ, команда специальности «Социальная работа» сегодня на несколько дней превратятся в жителей Гвинеи, самый далекий близкий друг – Забайкальский государственный университет, команда из города Чита привезла на фестиваль солнце Италии; Новосибирский государственный университет экономики и управления, команда Новосибирска расскажет о тонкостях Венецианского карнавала Италии; приветствуем Омский государственный институт сервиса, команда из Омска в рамках фестиваля представит культурные особенности Финляндии; Уральский Государственный Университет Физической Культуры, команда 2 и 4 курсов познакомит нас с карнавальными традициями Мексики; Уральский Государственный Университет Физической Культуры, команда 1 и 3 курсов поведают нам о карнавальной культуре современной России; Русско-Британский Институт Управления, город Челябинск, студенты института продемонстрируют удивительные аспекты английской карнавальной традиции; Челябинская Государственная Академия Культуры и Искусств представляет Россию дореволюционного периода; команда Технологического колледжа сервиса ЮУрГУ познакомит нас с яркими карнавальными обрядами Китая; Уральский Институт Бизнеса, г. Челябинск представляет на фестивале колоритные традиции Армении; Челябинский многопрофильный институт представит Грецию в самом выгодном карнавальном свете.

В: Друзья, студенты Российских учебных заведений, вас приветствуют почетные гости фестиваля!

Ведущий по очереди передает микрофон почетным гостям. Гости говорят.

В: Фестиваль собрал студентов из разных уголков нашей огромной страны, но те, кто не смог быть сегодня здесь душой с нами. На экране приветственный адрес ректора Крымского университета культуры, искусств и туризма В.А. Горенкина.

На экране участники и гости фестиваля смотрят ролик «Приветственный адрес ректора Крымского университета культуры, искусств и туризма В.А. Горенкина»

В: Нас объединяет принадлежность к сильной, большой, любящей Родине. Прикоснись рукою к сердцу России, загадай желание, через жизнь пронеси его.

Представители команд-участниц расправляют флаг России, несут в зал (от сцены над головами участников фестиваля до выхода).

В: Фестиваль приветствует проректор Южно-Уральского Государственного Университета – объявление проректором фестиваля открытым, команды в зал и гости в зал.

В: Участники фестиваля, почетные гости, просим занять ваши места в зале.

В: Фестиваль «Карнавалы мира» – это яркий пример событийного туризма для каждого, кто на минутку прикоснется к фестивалю. Ведь это черед уникальных встреч и событий. Фестиваль сегодня – это пять различных конкурсов: сценический конкурс визитных карточек команд «Маска, кто ты?», творческий конкурс построения снежных фигур «Снежная цивилизация», конкурс гостеприимства карнавальной страны, конкурс стендового оформления «Карнавальный калейдоскоп», и конечно, конкурс карнавального костюмированного шествия «Ах, карнавал!».

Сегодня фестиваль объединит 200 студентов разных городов из 10 учебных заведений, он подарит новых друзей, новые впечатления и, безусловно, свет знаний.

Фестиваль молод, как самостоятельное явление он проводится второй раз, но вот история встреч всероссийского масштаба, которая предшествовала ему гораздо больше.

Мы приветствуем сегодня – друзей-коллег, которые на протяжении многих лет поддерживали всероссийское студенческое движение в формате Всероссийской студенческой олимпиады по туризму на базе Южно-Уральского Государственного Университете.

Наш дружеский привет бывшей участнице ВСО, студентке забайкальского госуниверситета, а сегодня руководителю команды Читы – Л. Самойловой и благодарность за преодоленные тысячи километров уже не в первый раз.

Наша особая благодарность постоянному участнику олимпиад – Омскому государственному институту сервиса!

Теплый привет Уральскому государственному университету физической культуры (УралГУФК), и лично бывшей студентке ЮУрГУ, участнице всех олимпиад, а ныне руководителю команды, преподавателю УралГУФК, кандидату в мастера спорта по водному туризму, участнице двух олимпиад по безопасности туризма в Омском государственной институте сервиса – Ю.Д. Кирюшкиной

Преподавателям Южно-Уральского государственного университета мы говорим спасибо за многолетний труд в организации Всероссийских студенческих олимпиад: кпн, доцент О.В. Котлярова; кпн, доцент, Т.В. Бай; кпн, доцент Ю.А. Сыромятникова; преподаватель кафедры туризма и социально-культурного сервиса – М.Н. Малыженко и, безусловно, инициатору, вдохновителю и организатору доктору педагогических наук, заведующей кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ЮУрГУ Т.Н. Третьяковой мы говорим спасибо за события для студенчества, за преданность делу туризма.

Фестиваль – это продолжение славных традиций студенческих слетов, наполненный радостью встреч людей, вузов, городов. И, по сути, он несёт всероссийский масштаб, но участников фестиваля приветствуют даже из ближнего зарубежья.

Фестиваль приветствует Н.А. Гулиев – заведующий кафедрой Азербайджанского университета туризма и менеджмента, д.п.н., профессор, заведующий кафедрой Гостиничного и ресторанного бизнеса г. Баку).

На экране – ролик Баку.

Участница всероссийских студенческих олимпиад, выпускница Уральского государственного университета физической культуры, хозяйка свадебного дома,

ведущая свадебных церемоний – Т. Казьмина исполнит гимн туристов (Автор Михаил Светлов «Глобус»).

ВИДЕО: фоторяд истории олимпиад.

Каждый раз, когда такое событие, как этот фестиваль завершается, становится немисливо грустно, и хочется уже снова вернуться.

Поэтому, мы начинаем яркий, трехдневный и полный событий фестиваль «Карнавалы мира». И ровно через 15 минут начнется конкурс визитных карточек команд.

ВИДЕО: афиша.

Второй блок концепции – это ход и организация конкурсной программы мероприятия.

Конкурсная программа межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира» включают в себя: первый день фестиваля – конкурс «Маска, кто ты?»; второй день фестиваля – конкурсы «Снежная цивилизация», «Традиции гостеприимства карнавальной страны», «Карнавальный калейдоскоп»; третий день фестиваля – конкурс «Ах, карнавал.

1) Конкурс «Маска, кто ты?» Визитная карточка команды. Проводится по результатам жеребьевки. Команда должна представить своих участников средствами анимационной деятельности в форме мини-спектакля с использованием сюжетов народных сказок карнавальной страны. Демонстрация разработанной карнавальной символики команды (логотип, фирменная одежда). Время выступления 2–3 мин. При оценке учитывается: костюмированность, соответствие заявленной теме, мастерство исполнения, этичность содержания; соблюдение времени.

2) Конкурс «Снежная цивилизация». В основе лежит идея построения снежных фигур. Команды-участницы должны разработать и представить на суд жюри проект из снега и обосновать его актуальность с учетом специфики культуры коренных народов карнавальной страны. Разработанный проект может представлять собой комплекс сооружений, памятников архитектуры, народных

поселений. Проект должен иметь общую идею, быть логически завершенным. Каждая команда-участница презентует свой проект в течение 3–5 мин. При оценке учитываются: ассоциативность, оригинальность идеи, эстетичность оформления, артистичность представления, ответы на вопросы.

3) Конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны» – направлен на выявление особенностей национального гостеприимства в условиях проведения карнавальных мероприятий согласно избранной карнавальной традиции. Конкурс проводится в рекреационной зоне и сопровождается традиционными обычаями встречи гостей в избранной карнавальной стране с использованием блюд национальной кухни. При оценке учитывается: креативность, оригинальность оформления, национальный карнавальный колорит, этичность содержания.

4) Конкурс газет и стендового оформления «Карнавальный калейдоскоп». Команда представляет газету или стенд, подготовленные и оформленные при регистрации на фестиваль в рекреационной зоне актового зала Южно-Уральского государственного университета, которые отражают специфику карнавальной культуры избранной страны, а также оригинальное представление информации о подготовке участников команды к фестивалю. Оценивается качество оформления, оригинальность представления информации, креативность, соответствие выбранной теме, юмор.

5) Конкурс «Ах, карнавал!» Команда представляет на конкурс карнавальное костюмированное шествие как музыкально-хореографическую композицию в сопровождении разработанного мультимедиа, а также короля и королеву своей команды. По итогам конкурса будет проведено голосование жюри для избрания короля и королевы фестиваля. При оценке членами жюри учитывается: качество исполнения, артистичность, соответствие теме, этичность содержания, использование музыкальных инструментов, качество и креативность мультимедийного сопровождения.

Третий блок концепции – это закрытие мероприятия и его итоги.

Под музыкальное произведение – «Everything» (James Last Feat. Richard Clayderman), ведущий за сценой читает стихотворение Т. Томилиной.

В1: Добрый вечер, друзья.

В2: Добрый вечер, гости и жители Челябинска.

В1: Мы – свидетели, а вы – участники удивительного события.

В2: Заканчивается межвузовский студенческий фестиваль «Карнавалы мира».

В1: Три ярких дня, наполненных красочными традициями разных стран мира, карнавальными колоритами, душевным общением.

В2: Давайте вспомним, как это было. Внимание на экран.

В1: Новые силы и новые знакомства, новые знания и бесценный опыт – пусть такой багаж каждый из участников фестиваля увезет с собой в свою Alma Mater, в новый год.

В2: Встречайте героев фестиваля – российских студентов, творческих, умных, талантливых, которых объединяет любовь к туризму, пристрастие к интересному образу жизни.

В1: Мы приглашаем на сцену для церемонии награждения представителей команд-участниц фестиваля.

Приглашение для награждения команд директора ИСТИС

В1: Для награждения команд мы приглашаем на сцену: директора института спорта туризма и сервиса ЮУрГУ, кандидата биологических наук, доцента В.В. Эрлиха; заведующую кафедрой туризма и социально-культурного сервиса, доктора педагогических наук Т.Н. Третьякову.

Награждение дипломами с 3 по 1 место за конкурсы. Ведущие читают дипломы.

В2: Для награждения призеров и победителей фестиваля в общем командном зачете приглашаем подняться на сцену заместителя Министра культуры Челябинской области.

Награждение дипломами с 3 по 1 место. Ведущие читают дипломы.

В2: Слово предоставляется Т.Н. Третьяковой.

В1: Но прежде, чем скажете Вы, можно мы с участниками фестиваля скажем спасибо вам: за дело всероссийского масштаба, которое вы возглавляете уже много лет, за команду профессионалов, которую вы вырастили, за счастье встреч и профессиональный рост, которые дарите студентам-туристам.

В2: А теперь слово Вам, Татьяна Николаевна.

В1: Дорогие участники фестиваля, вы проделали большой путь, чтобы стоять на этой сцене. И главное, что нам хотелось бы вам пожелать сегодня. Возвращайтесь, возвращайтесь через год. Мы будем вас ждать.

В1: Мы просим вас, займите место в нашем огромном и теплом зале Южно-Уральского государственного университета.

В2: И карнавальное многоточие ставит ансамбль бального танца ЮУрГУ с зажигательной латино-американской композицией. Стриммер в зал.

После повторного выступления победителей команд-участниц, фестиваль считается закрытым.

При организации и проведении межвузовского студенческого фестиваля были разработаны и распространены следующие рекламные материалы:

- визитки;
- рекламные плакаты (формат А1, А3, А4);
- диски CD-R с презентацией фестиваля;
- пригласительные.

2.2 Календарный план подготовки и проведения мероприятия

На сегодняшний день, как никогда, актуально стоит вопрос о развитии внутреннего и въездного туризма.

Особое внимание должно уделяться продвижению туристского продукта на внутреннем и зарубежном рынках.

С целью вызвать у туристов желание путешествовать по региону, и не только, одной инфраструктуры не достаточно, и поэтому одним из способов решения этой проблемы, является создание событийного календаря.

Событийный календарь – это систематизированный список мероприятий, проводимых в регионе, представленный вместе с их описанием, датой и местом проведения, обычно приводится в электронном варианте. И верно составленный такой календарь может привлечь огромное количество туристов.

Так, в событийном календаре Челябинской области, свое место занял межвузовский студенческий фестиваль «Карнавалы мира».

Но, чтобы, мероприятие было правильно организовано и реализовано, необходимо разработать методику подготовки и проведения мероприятия.

Методика – это совокупность приемов, способов исследования, порядок их применения и интерпретации, полученных с их помощью результатов.

Методика зависит от характера объекта изучения, методологии, цели исследования, разработанных методов, общего уровня классификации исследователя.

Рассмотрим этапы методики подготовки и проведения студенческого фестиваля «Карнавалы мира».

Вот уже третий год подряд фестиваль проходит в третьей декаде декабря.

Организацию данного мероприятия, оргкомитет фестиваля начинает планировать за 365 дней.

Предлагаем рассмотреть методику детально (по месяцам):

1) Январь – февраль.

Формируется организационный комитет фестиваля. Комитет формируется для распределения, среди его членов, задач по подготовке и организации мероприятия.

В организационный комитет фестиваля входят преподаватели, студенты, студенты-магистранты, студенты-волонтеры Института Спорта, Туризма и Сервиса, Южно-Уральского Государственного Университета. Они распределяют

все обязанности между собой. Председателем оргкомитета является директор Института спорта, туризма и сервиса Южно-Уральского государственного университета. Также в состав оргкомитета входят представители профильных кафедр и учебных заведений-участников фестиваля, а также представители профильных министерств, организаций турбизнеса, гостиничного сервиса и предприятий социокультурной сферы.

Для проведения фестиваля оргкомитет формирует жюри, мандатную и апелляционную комиссии.

Мандатная комиссия проверяет полномочия участников фестиваля, проводит жеребьевку команд, проверяет соответствие условий проведения фестиваля настоящему Положению. В состав мандатной комиссии входят представители базового вуза. Члены мандатной комиссии не входят в состав жюри.

Апелляционная комиссия рассматривает претензии участников фестиваля. При разборе апелляций комиссия имеет право повысить оценку по апеллируемому вопросу (или оставить ее прежней) и понизить ее в случае обнаружения ошибок, не замеченных при первоначальной оценке конкурсных заданий. Решение апелляционной комиссии является окончательным и учитывается жюри при определении общей суммы баллов при окончательном распределении мест. В состав апелляционной комиссии входят компетентные представители базового вуза.

Все решения жюри, мандатной и апелляционной комиссии протоколируются и подписываются председателем оргкомитета или его заместителем.

Жюри утверждает задания, проверяет работу участников в соответствии с разработанной системой оценки, определяет победителей.

Членами жюри являются ведущие профессора и преподаватели базового вуза, представители профильных кафедр и учебных заведений-участников фестиваля, специалисты в области социально-культурного сервиса и туризма Челябинской области, ведущие ученые и специалисты, приглашенные на фестиваль.

Основными задачи оргкомитета фестиваля могут быть:

- определение целей и задач мероприятия;
- разработка приказа, положения о фестивале;
- написание сценария;
- подбор будущих участников и работа с ними;
- оформление служебных записок;
- подбор ведущих;
- формирование жюри;
- оформление места проведения;
- репетиционно-постановочный процесс;
- подбор и запись музыкального сопровождения.

На данном этапе, оргкомитет составляет информационное письмо для будущих участников фестиваля.

Информационное письмо – это официальный документ, который пишется с целью информирования о предстоящем событии, предложения сотрудничества, рекламирования продукции и др.

Информационное письмо фестиваля, как любой другой официальный документ, составляется по определенным правилам. Объем может варьироваться от 1 до 2 листов. Стил ь написания – деловой. Письмо подписывает директор, Института Спорта, Туризма и Сервиса, В.В. Эрлих.

Что касается структуры, она соответствует правилам и нормам оформления деловой переписки:

- в верхней части письма указывается наименование организации, которая направляет письмо, с контактной информацией;
- в обязательном порядке пишется тема письма;
- указываются цели и задачи мероприятия, а также планируемые даты проведения мероприятия;
- заполняется как на русском языке, так и на английском.

После того, когда информационное письмо составлено и заверено подписью и печатью Южно-Уральского Государственного Университета, начинается поиск потенциальных участников фестиваля.

Оргкомитет фестиваля поднимает старые данные, а также, мониторит Интернет-ресурсы, путём поиска вузов и других учебных заведений, в учебные программы которых входит изучение туризма и не только.

Выяснив необходимые данные, идет рассылка информационного письма.

Помимо этого, некоторые представители оргкомитета участвуют в конференции, на которой поднимается проблема развития регионального туризма. На данном мероприятии также происходит поиск участников, а также спонсоров мероприятия.

2) Март – апрель.

При организации и проведении фестиваля значимая роль отведена рекламе, целью которой является привлечение участников и зрителей фестиваля.

На данном этапе планируется небольшая рекламная кампания, создаются презентации с фотоотчетом предыдущих фестивалей и записываются на диск CD-RW.

Проведение такой рекламной кампании фестиваля предполагает составление плана, в котором четко указаны форма подачи информации, рекламный текст, места проведения.

Оргкомитет составляет список учреждений и презентует свое мероприятие, учащимся вузов.

На презентации фестиваля, участники оргкомитета, должны рассказать о целях, задачах фестиваля, о плюсах участия. И не забыть собрать контактные данные.

3) Май – июнь.

Организаторы мероприятия должны определиться с площадкой проведения фестиваля.

Вот уже третий год, межвузовский студенческий фестиваль проводится на базе Южно-Уральского Государственного Университета.

Южно-Уральский Государственный Университет – самый крупный вуз региона и один из крупнейших университетов страны, имеющий глубокие традиции духовного и эстетического развития студенчества.

Событийный календарь Южно-Уральского Государственного Университета довольно таки обширен, поэтому необходимо именно в эти сроки договориться с досуговым центром университета, о внесении данного мероприятия в событийный календарь.

4) Июль – август.

Проведя небольшую рекламную кампанию фестиваля, организационный комитет оставляет время на то, чтобы студенты могли определиться с участием в мероприятии.

Поэтому есть возможность составить макеты необходимым рекламных материалов для следующего периода агитации к участию в фестивали.

Создаются макеты визиток, плакатов, буклетов, приглачительных, афиш.

Визитка – это один из самых распространенных носителей контактной информации о конкретном человеке либо компании. Чаще всего она представляет собой картонную, бумажную или пластиковую карточку, обычно правильной прямоугольной формы.

Плакат – объявление, афиша (от *plaque* – налепить, приклеивать) – броское, как правило, крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях [16].

Приглашение – письменная либо устная просьба явиться, прибыть, присутствовать при каком-либо мероприятии. По назначению приглашения разделяют на: официально-деловые, праздничные (торжественные) и бытовые (повседневные); по способу передачи приглашения делятся на письменные и устные [15].

Афиша – это большой бумажный плакат, на котором крупными буквами напечатано объявление о каком-либо концерте, спектакле, фильме и т.д., которые скоро должны состояться. Афиши, как правило, расклеивают по всему городу в людных местах [15].

5) Сентябрь.

На данном этапе организационный комитет разрабатывает организационные документы мероприятия.

Положение – это правовой акт, который устанавливает основные правила организационной деятельности государственных предприятий и учреждений, а также их структурных подразделений.

Положение фестиваля содержит 7 основных элементов: цели и задачи фестиваля, условия фестиваля, порядок организации фестиваля, жюри, критерии оценки и определение победителей, условия приема участников фестиваля и требования к ним, награждение и адрес оргкомитета.

Настоящее положение является официальным приглашением-вызовом на фестиваль.

Данное положение согласовывается с Министром образования и науки Челябинской области (А.И. Кузнецов), Министром культуры Челябинской области (А.В. Бетехтин), Директором Института спорта, туризма и сервиса ФГАОУ ВО «ЮУрГУ» (НИУ) (В.В. Эрлих) и утверждается Ректором ФГАОУ ВО «ЮУрГУ» (НИУ) (А.Л. Шестаков).

Приказ – это правовой акт, который издаётся для исполнения действующих законов, указов, постановлений и решений правительства, приказов и инструкций высших органов.

Приказ об организации межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира» содержит в себе основные функции, необходимые к выполнению и утверждается ректором Южно-Уральского Государственного Университета – А.Л. Шестаковым.

Проект приказа вносят В.В. Эрлих (Директор Института спорта, туризма и сервиса), О.В. Фролова (Заместитель по внеучебной и воспитательной работе) и Т.Н. Третьякова (Заведующая кафедрой туризма и СКС).

А согласовывается приказ с С.А. Юдочкиной (Начальник Управления по внеучебной работе), С.В. Филипчук (Директор Центра творчества), Т.А. Рыбак (Начальник Административно-хозяйственной службы) и Г.Е. Денисовым (Начальник Управления безопасности).

6) Октябрь.

Составляется программа фестиваля. Программа мероприятия является приложением к приказу об организации межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира» и содержит в себе основную информацию о конкурсной программе фестиваля, а также дата и время ее проведения.

Разрабатывается бланк заявки на участие в фестивале, и вместе с программой мероприятия рассылается на электронные адреса потенциальных участников. Те, в свою очередь, должны до 1 декабря отправить на адрес организационного комитета фестиваля, заполненную заявку, с указанием ФИО участников фестиваля, адрес их проживания, а также представляемую страну и название команды.

Также на данном этапе происходит поиск спонсоров фестиваля.

Спонсор – это физическое или юридическое лицо, которое содействует реализации какого-либо проекта как для поддержки последнего, так и с целью рекламы определённых товаров, услуг, собственной деятельности либо самого себя. Финансирующая сторона безвозмездно осуществляет взнос в бюджет организации, нуждающейся в помощи. При этом юридические преимущественные права спонсора в отношении этого объекта отсутствуют.

7) Ноябрь – декабрь.

Данный этап считается заключительным при подготовке к проведению фестиваля.

Подготовленные заранее рекламные материалы, размещаются в учебных заведениях города. Зрителям фестиваля выдаются пригласительные.

Организационный фестиваль составляет еще один немаловажный организационно-распорядительный документ – служебные записки.

Служебная записка – записка о выполнении какой-либо работы, направляемая одним должностным лицом другому.

Составляются следующие служебные записки: Директору МАУ «ЦПКиО им. Ю.А. Гагарина» В.Н. Шаехову «О предоставлении территории для проведения конкурса «Снежная цивилизация»»; Директору Института экономики, торговли и технологий И.Ю. Окольниковой «О выделении стендов Выставочного центра»; Ректору ФГАОУ ВО «ЮУрГУ» (НИУ) А.Л. Шестакову «Об организации стендовой композиции»; Начальнику УМУ И.В. Сидорову «О предоставлении аудитории»; Начальнику Управления по внеучебной работе С.А. Юдочкиной «Об организации фоторепортажа».

Разрабатывается сценарий мероприятия, на конкурсной основе отбираются ведущие фестиваля.

Представитель организационного комитета фестиваля, собирает музыкальное сопровождение, команд-участниц, необходимое для выступления.

Разрабатывается график выступления команд, а также график репетиций. Каждый участник должен быть ознакомлен с этими документами.

Если же участники фестиваля иногородние, то возникает необходимость организации размещения, питания и трансфера. Выбирается ответственный представитель организационного фестиваля и выполняет поставленную задачу.

Для обеспечения безопасности, составляется список всех участников мероприятия, с указанием ФИО, представляемый университет, город проживания, и отправляется на ознакомление Службы безопасности Южно-Уральского Государственного Университета.

Разрабатываются протоколы оценки каждого конкурса, для подведения итогов фестиваля, а также печатаются дипломы для награждения участников.

Межвузовский студенческий фестиваль «Карнавалы мира» считается готовым к проведению.

2.3 Результаты проведения межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

О своем участии в межвузовском студенческом фестивале «Карнавалы мира» заявили 14 студенческих команд вузов Челябинска («ЧОУ ВО Уральский институт бизнеса», ФГАОУ ВО «ЮУрГУ»), а также колледж ИСТИС, «ЮУрГУ»), Барнаула (ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет») (см. рисунок 5), Новосибирска (Новосибирский Государственный Университет).

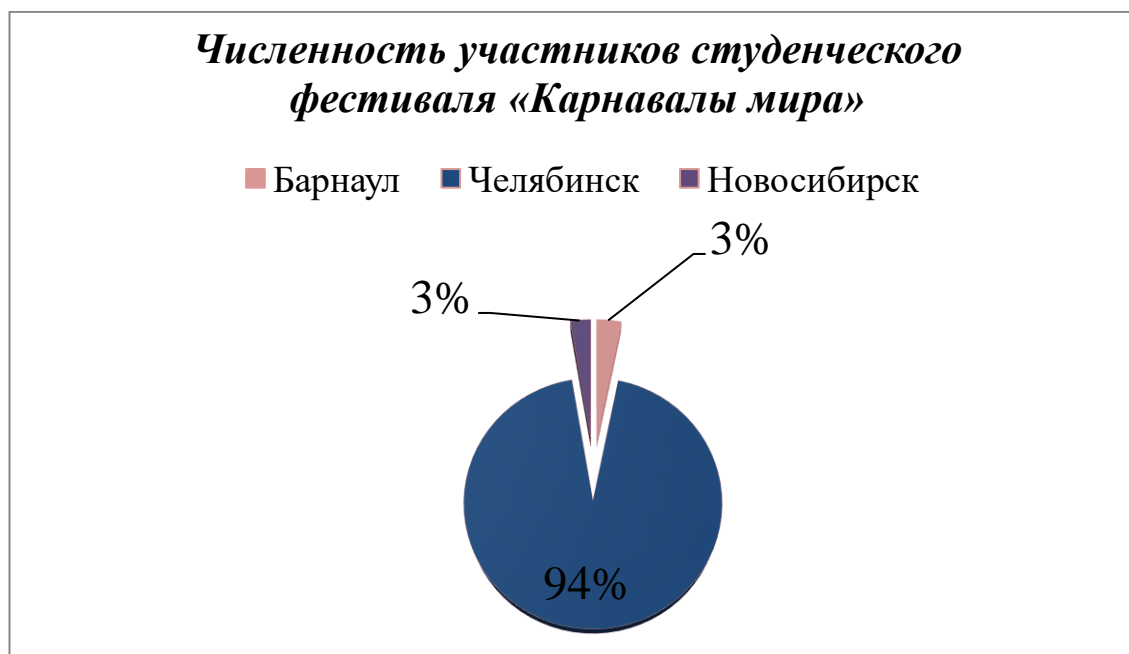


Рисунок 7 – Численность участников студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

Количество участников на 2016 г. составляет – 235 человек, что на 38 человек больше по сравнению на 2015 г. (см. рисунок 8).



Рисунок 8 – Динамика участников студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

Используя полученные в ходе исследования данные, нами была составлена диаграмма, отражающая состав участников студенческого фестиваля «Карнавалы мира» по национальной принадлежности (см. рисунок 9).

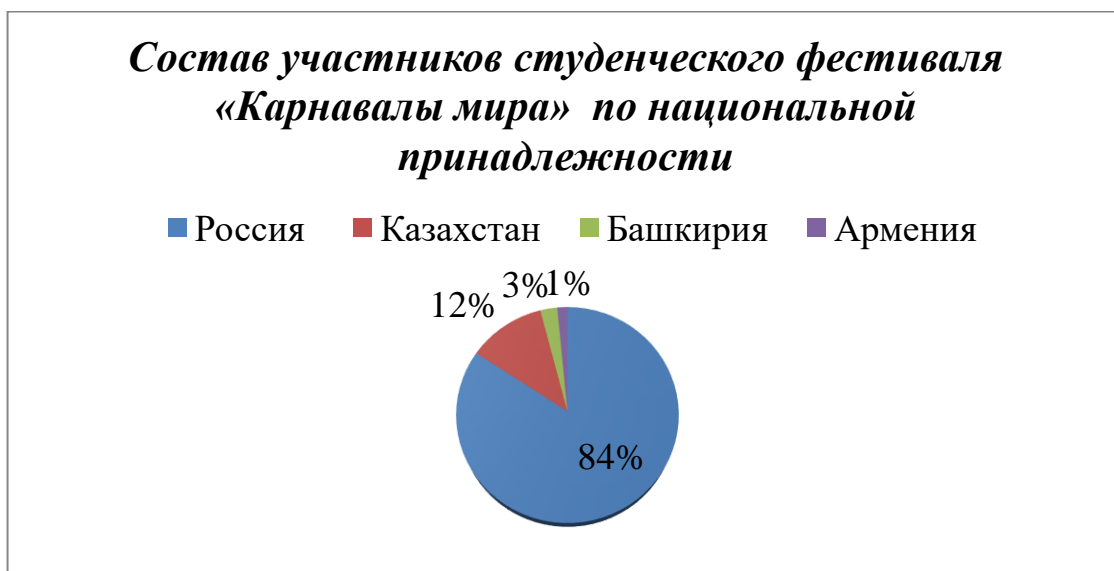


Рисунок 9 – Состав участников студенческого фестиваля «Карнавалы мира» по национальной принадлежности

Рассмотрим анализ проведения межвузовского фестиваля «Карнавалы мира» за 2016 год.

В первый конкурсный день определился победители конкурса стендового оформления и конкурса «Маска, кто ты?».

Победителем стендового оформления стала команда студентов-заочников «Жозефина» ИСТиС Южно-Уральского государственного университета, которая представляла карнавал цветов в Ницце и оформила свой стенд цветочными композициями и ростовыми фигурами, которые использовались зрителями для фотографирования. Второе место заняла команда «Грузия», которую представляли студенты первого курса Южно-Уральского государственного университета. Третье место присуждено сразу трем командам: команда «Армения» Уральского института бизнеса, команда «Казахстан» Института лингвистики и международных коммуникаций ЮУрГУ и команда «Германия» Южно-Уральского государственного университета.

Конкурс «Маска кто ты?» – это визитная карточка команды в форме мини-спектакля с использованием сюжетов народных сказок карнавальной страны. Призовые места в этом конкурсе заняли команды:

I место разделили 3 команды – «Грузия» ИСТиС Южно-Уральский государственный университет, показавшая на сцене грузинскую свадьбу с похищением невесты; команда «Колумбия» ИСТиС Южно-Уральский государственный университет, разыгравшая сцены из знаменитого фильма «Пираты Карибского моря» и яркая и зажигательная команда «Куба».

II место заняла команда «Германия» ИСТиС Южно-Уральского государственного университета, представившая мистический образ и колдовскую тематику ведьминой горы Брокен в Германии.

III место досталось гостям из г. Барнаула – команде «Ямайка» Алтайского государственного университета.

Второй конкурсный день был посвящен конкурсу «Традиции гостеприимства карнавальной страны».

Жюри конкурса радушно встречали и угощали блюдами традиционной кухни у каждого стенда, но победителями конкурса стали команда «Грузия» (I место), второе место команда «Куба», третье место разделили командам «Армения» Уральского института бизнеса, «Ямайка» Алтайского государственного университета и «Бурные двадцатые» Америка ИСТиС, ЮУрГУ.

Финальный конкурс «Ах, карнавал!» состоялся в третий день фестиваля.

Самые яркие выступления были представлены командами «Грузия» ИСТиС ЮУрГУ, «Колумбия» ИСТиС, ЮУрГУ и «Казахстан» Института лингвистики и международных коммуникаций Южно-Уральского государственного университета. Проникшись культурой и традициями стран, команды погрузились в атмосферу карнавала и вошли в роль, устроив фееричное шоу, что своими эмоциями, духом соперничества и накалом страстей растопили сердца как зрителей, так и членов жюри.

Жюри предстояло сделать непростой выбор, так как сразу несколько команд показали высокий уровень выступлений во всех карнавальных конкурсах. После продолжительных совещаний, были подведены итоги фестиваля: по результатам 3-х конкурсных дней командой-победителем стала зажигательная Грузия, второе место заняла команда Колумбии, сразу 3 команды стали обладателем почетного третьего места фестиваля: команда «Ямайка» Алтайского государственного университета, г. Барнаул; команда «Германия» Института спорта, туризма и сервиса Южно-Уральского государственного университета, г. Челябинск; команда «Казахстан» Института лингвистики и международных коммуникаций Южно-Уральского государственного университета (см. таблицу 5).

Таблица 5 – Итоговый протокол фестиваля «Карнавалы мира» 2016 г.

№	Название команды	Название вуза	Конкурсная программа				СУММА МЕСТ	Итого
			Конкурс стендового оформления	Конкурс визитных карточек команд	Конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны»	Конкурс «Ах, карнавал!»		
1.	ГРУЗИЯ команда «SAKARTVELO»	ИСТиС ЮУрГУ	2	1	1	1	5	I
2.	КОЛУМБИЯ команда «ЧИЧАС»	ИСТиС ЮУрГУ	4	1	7	2	14	II
3.	ГЕРМАНИЯ команда «Abendreiterin»	ИСТиС ЮУрГУ	3	2	4	6	15	III
4.	КАЗАХСТАН команда «Тұлар»	ИЛиМК ЮУрГУ	3	4	5	3	15	III
5.	ЯМАЙКА команда «BigUp»	Алтайский государственный университет	5	3	3	4	15	III
6.	КУБА команда «Солнечная страна Куба»	ИСТиС ЮУрГУ	4	1	2	10	17	4
7.	АМЕРИКА команда «Бурные двадцатые»	ИСТиС ЮУрГУ	9	4	3	9	25	5
8.	АРМЕНИЯ	Уральский институт бизнеса	3	8	3	11	25	5
9.	ФРАНЦИЯ команда «Жозефина»	ИСТиС ЮУрГУ	1	5	9	12	27	6
10.	БРАЗИЛИЯ	Колледж ИСТиС ЮУрГУ	8	7	6	7	28	7
11.	АМЕРИКА команда «New York JETS»	Сборная по черлидингу ЮУрГУ	6	6	9	8	29	8
12.	ИРЛАНДИЯ	ИЛиМК ЮУрГУ	7	9	8	5	29	8
13.	ФРАНЦИЯ	ИЛиМК ЮУрГУ	10	10	9	13	42	9

Выводы по главе два

Успех любого мероприятия обеспечивается его концепцией, основополагающим подходом которой является динамический подход, позволяющий последовательно наращивать привлекательность мероприятия.

Эмоционально-зрелищный потенциал мероприятия определяют основные этапы концепции (открытие, непосредственно само мероприятие, закрытие).

Организационно-управленческий успех мероприятия обеспечивается системой мероприятий подготовительного характера, представленных в календарном графике подготовки и проведения фестиваля.

Реализация модели мероприятия проходила в декабре 2015 и 2016 гг.

Структура фестиваля представлена основными мероприятиями:

- конкурс «Маска, кто ты?» Визитная карточка команды;
- конкурс «Снежная цивилизация». В основе лежит идея построения снежных фигур;
- конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны» – направлен на выявление особенностей национального гостеприимства в условиях проведения карнавальных мероприятий согласно избранной карнавальной традиции;
- конкурс газет и стендового оформления «Карнавальный калейдоскоп». Команда представляет газету или стенд, подготовленные и оформленные при регистрации на фестиваль в рекреационной зоне актового зала Южно-Уральского государственного университета;
- конкурс «Ах, карнавал!» Команда представляет на конкурс карнавальное костюмированное шествие как музыкально-хореографическую композицию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучение литературы по проблемам событийного туризма позволило нам определить понятийное поле темы магистерского исследования:

– событийный туризм – вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, отличного от места их постоянного проживания, в определенное время, соответствующее срокам проведения события;

– событие, или специальное событие – это запланированное социально-общественное событие/мероприятие, которое происходит в определенное время и с определенной целью, и имеет определенный резонанс для общества;

– компетенция – это совокупность взаимосвязанных качеств личности – знаний, умений, навыков, способов деятельности и опыт применения этих компонентов при проектировании событийного мероприятия;

– модель – это система, исследование которой служит средством для получения информации о другой системе, это упрощённое представление реального устройства или протекающих в нём процессов, явлений;

– концепция – это основная идея события, выраженная при помощи инструментов создания определенной атмосферы мероприятия.

Для успешного проектирования и организации мероприятия, мы определили основные компетенции: управленческая, профессиональная, коммуникативная, технологическая, информационная, социального взаимодействия и разработали комплекс компетенций, которыми должны обладать разработчики и организаторы событийных мероприятий в региональном туризме:

– общекультурные (способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости событийных мероприятий в региональном туризме; способность использовать основы экономических знаний при проектировании событий и эффективности результатов событийных мероприятий

в различных сферах; способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; способность к самоорганизации и самообразованию; способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, пропаганды активного долголетия, здорового образа жизни и профилактики заболеваний; готовность пользоваться основными методами защиты участников события и населения от возможных угроз);

– общепрофессиональные (способность к разработке событийных мероприятий как туристского продукта; способность организовать процесс обслуживания участников и туристов событийных мероприятий);

– профессиональные компетенции (способность обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной событийной деятельности в региональном туризме; способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг и событийных мероприятий; готовность к применению инновационных технологий при проектировании событийных мероприятий; готовность к разработке события как туристского продукта на основе современных технологий; способность к продвижению и реализации событийного мероприятия как туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий; способность к общению со зрителями и участниками события как туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов).

Анализ событийных мероприятий Челябинской области за 2016 и 2017 гг., показал, что в 2017 году количество мероприятий увеличилось на 68 %.

Анализ названий и содержания мероприятий позволяет выделить основные виды региональных событийных мероприятий: спортивные, музыкальные, фестивальные, научные, тематические.

При этом значительное увеличение количества мероприятий, наблюдается в области спортивных и фестивальных.

Вместе с тем, в этих календарях, недостаточно мероприятий для молодежи.

Одним из них является студенческий фестиваль «Карнавалы мира», проводимый на базе Южно-Уральского Государственного Университета.

Успех этого мероприятия обеспечивается моделью проектирования событийного мероприятия, основой разработки которой является компетентностный подход.

Модель состоит из 4 блоков: целевой, методологический, организационно-технологический, результативный.

Эффективность функционирования модели обеспечивается комплексом условий: создание профессионально-ориентированной творческой среды в структурных подразделениях учебных заведений; мотивация участников события к достижению высоких результатов; продвижение события в различных сегментах субъектов туристского региона – студенты, школьники, коллективы дополнительного образования и детского досуга.

Для реализации модели в 2015 и 2016 гг., были проведены студенческие фестивали «Карнавалы мира».

Основой его содержания стала концепция мероприятия, включающая 3 основных блока: открытие фестиваля, конкурсная программа, закрытие фестиваля.

В фестивальных мероприятиях приняло участие 1 442 человека (в т.ч. 432 студента, 10 преподавателей и магистрантов, 1000 зрителей) за 2015 и 2016 гг., из различных регионов России (г. Челябинск, г. Чита, г. Новосибирск, Алтайский край, г. Омск).

Организационно-управленческий успех мероприятия обеспечивается системой мероприятий подготовительного характера, представленных в календарном графике подготовки и проведения фестиваля.

Основой успешной организации фестиваля является деятельность по его продвижению в социальных сетях, путем личных контактов с потенциальными участниками мероприятия, а также теле- и радиовещание.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 ГОСТ Р 50690–2000 Туристские услуги. Общие требования. Введен 16.11.2000. – М.: Госстандарт России, 2001. – №295.
- 2 ГОСТ Р 50644–2009. Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 15.12.2009. – М.: Стандартиформ, 2010. – №773.
- 3 ГОСТ Р 53423–2009. Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения. Введен 01.07.2010. – М.: Стандартиформ, 2010. – № 496.
- 4 ГОСТ Р 50681–2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Введен 01.07.2011. – М.: Стандартиформ, 2011. – №177.
- 5 ГОСТ Р 53997 – 2010. Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования. Введен 01.07.2011. – М.: Стандартиформ, 2011. – № 578.
- 6 Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учеб. пособие для вузов по специальности 100103 «Социал.-культур. сервис и туризм»/ Г.А. Аванесова. – М.: Аспект пресс, 2006. – 235 с.
- 7 Александрова, А.Ю. Международный туризм/ А.Ю. Александрова. – М.: Издательский центр Академия, 2001. – 118 с.
- 8 Алексеева, О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона/ О.В. Алексеева. – М.: Феникс. – 2012. – 24 с.
- 9 Бабкин, А.В. Специальные виды туризма/ А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
- 10 Баумгартен, Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: учебное пособие для вузов/ Л.В. Баумгартен. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 352 с.
- 11 Биржаков, М.Б. Введение в туризм/ М.Б. Биржаков. – СПб.: Издательский Дом ГЕРДА, 2014. – 544 с.
- 12 Близняк, Р.З. Основные понятия событийного менеджмента в системе электоральных коммуникаций/ Р.З. Близняк// Теория и практика общественного развития. – 2010. – № 4. – С. 56–63.

- 13 Болотов, В.А. Компетентностная модель: от идеи к образовательной программе/ В.А. Болотов. – М.: Педагогика. – 2003. – 51 с.
- 14 Власова, Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учеб. пособие для вузов по специальностям «Туризм», «Социально-культурный сервис и туризм»/ Т.И. Власова. – М.: Академия, 2010. – 315 с
- 15 Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: учеб. пособие/ Т.И. Гальперина. – М.: Советский спорт, 2006. – 164 с.
- 16 Герасимов, С.В. Массовые праздники как фактор развития социального партнерства/ С. В. Герасимов. – СПб.:СПбГУКИ, 2007. – 213 с.
- 17 Герасимов, С.В. Менеджмент специальных событий в сфере культуры/ С.В. Герасимов, Г.Л. Тульчинский, Т.Е. Лохина. – СПб.: Изд-во «Лань», 2009. – 384 с.
- 18 Григорьева, Е.В. Природа Южного Урала/ Е.В. Григорьева. – Челябинск. кн. изд-во «Южный Урал», 2013. – 205 с.
- 19 Гуляев, В.Г. Организация туристкой деятельности/ В.Г. Гуляев. – М.: Нолидж, 2009. – 259 с.
- 20 Дашковская, О.Д. Организация досуговой деятельности/ О.Д. Дашковская. – Ярославль: ЯрГУ, 2009. – 90 с.
- 21 Долженко, Г.П. Особенности развития туризма за рубежом и в России в начале 21 в.: учебно-методическое пособие/ Г.П. Долженко, А.В. Шмыткова. – Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2011. – 25 с.
- 22 Зацепина, М.Б. Организация культурно-досуговой деятельности/ М.Б. Зацепина. – М.: 2004. – 115 с.
- 23 Зимняя, И.А. Ключевые компетентности как результативно-целевая основа компетентностного подхода в образовании/ И.А. Зимняя. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2004. – 197 с.

- 24 Зимняя, И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования/ И.А. Зимняя// Высшее образование сегодня. – 2003. – № 5. – С. 33–46.
- 25 Иванов, Д.А. Компетентностный подход в образовании. Проблемы, понятия, инструментарий: учебно-методическое пособие/ Д.А. Иванов. – М.: АПКиПРО, 2003. – 101 с.
- 26 Изотова, М.А. Инновации в социокультурном бизнесе и туризме/М.А.Изотова: – М.: Советский спорт, 2006. – 223 с.
- 27 Ильина, Е. Л. Введение в индустрию гостеприимства и туризма/ Е.Л. Ильина. – М.: РЭА, 2002. – 300 с.
- 28 Ильина, Е. Л. Туроперейтинг: организация деятельности/ Е. Л. Ильина – М.: Финансы и статистика, 2008. – 48 с.
- 29 Каверина, Е.А. Событийные коммуникации в культуре: философская пропедевтика и маркетинговая практика/ Е.А. Каверина. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2011. – 187 с.
- 30 Каверина, Е.А. Создание событий: гуманитарные технологии в корпоративных коммуникациях/ Е.А. Каверина. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2008. – 168 с.
- 31 Квартальнов, В.А. Международный туризм/ В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 496 с.
- 32 Киселева, Т.Г. Социокультурная деятельность/ Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М.: МГУКиИ, 2004. – 134 с.
- 33 Кирюхина, И.А. Событийный маркетинг как средство продвижения товара/ И.А. Кирюхина// Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2001. – № 5. – С. 42–49.
- 34 Ковалев, А.И. Маркетинговый анализ/ А. И. Ковалев. – М.: РГУ нефти и газа, 2008. – 420с

35 Коган, Е.Я. Компетентностный подход и новое качество образования/Современные подходы к компетентностно-ориентированному образованию/ Е.Я. Коган. – Самара: Профи, 2001. – 101 с.

36 Копылова, Н.В. Что такое event management/ Н.В, Копылова// Лаборатория рекламы и PR. – 2007. – № 3. – С. 77–82.

37 Кравчук, Т.А. Событийный календарь как форма продвижения региона/ Т.А. Кравчук, А.Ю. Стафеева, Ю.А. Руденко. – Омск, 2015. – 4 с.

38 Кусков, А.С. Основы туризма/ А. С. Кусков. – М.: КНОРУС, 2013. – 400 с.

39 Кусков, А.С. Туристский бизнес: словарь-справочник/ А.С. Кусков. – М.: Форум, 2011. – 311 с.

40 Курило, Л.В. Теория и практика анимации: учеб. пособие/ Л.В. Курило. – М.: Советский спорт. – 2006. – 194 с.

41 Кусков, А. С. Туристское ресурсоведение/ А. С. Кусков. – М.: Академия, 2008. – 208 с.

42 Лакомов, Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму/ Е.Ф. Лакомов. – М.: Феникс. – 2013. – 28 с.

43 Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность/ А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл, Академия. – 2005. – 352 с.

44 Михеева, Н.А. Менеджмент в социально-культурной сфере: учебное пособие./ Н.А. Михеева. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 170 с.

45 Морозов, Ю.П. Инновационный менеджмент: учеб. пособие для вузов/ Ю.П. Морозов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 471 с.

46 Никитина, С.С. События как основа для проектирования туристического продукта/ С.С. Никитина, М.В. Зинченко// Актуальные проблемы гуманитарных наук. – 2012. – № 6. – С. 81–84.

47 Новиков, В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие/ В.С. Новиков. – М.: Академия, 2007. – 204 с.

- 48 Пядушкина, И.И. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие/ И.И. Пядушкина. – Иркутск: ИГУ, 2011. – 192 с.
- 49 Рылеева, А.С. Организация культурно-досуговой деятельности населения России: Учебное пособие/ А.С. Рылеева. – Курган: Изд-во КГУ, 2014. – 229 с.
- 50 Рябова, И.А. Экономика и организация туризма/ И.А. Рябова. – М.: Изд-во «КноРус», 2015. – 566 с.
- 51 Сенин, В.С. Организация международного туризма: учебное пособие/ В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 400 с.
- 52 Соколова, М.В. История туризма/ М.В. Соколова. – М.: Изд-во «Мастерство», 2004. – 352 с.
- 53 Старовойтенко, О.А. Теория туризма/ О.А. Старвойтенко. – М.: МПСИ, 2012. – 254 с.
- 54 Третьякова, Т.Н. Анимация в социально-культурном сервисе и туризма. М.: Академия, 2008. – 172 с.
- 55 Третьякова, Т.Н. Инновации в туризме: Учебное пособие/ Т.Н. Третьякова. – Челябинск: ФГОУ ВПО УралГУФК, 2009. – 180 с.
- 56 Третьякова, Т.Н. Проектирование в социокультурном сервисе и туризме. Учебное пособие для направления подготовки 100400 «Туризм» (магистр туризма)/ Т.Н. Третьякова. – Челябинск: ЮУрГУ, 2012. – 160с.
- 57 Хальцбаур, У. Event-менеджмент/ У. Хальцбаур. – М.: Эксмо. – 2007. – 384 с.
- 58 Хашковский, А.В. События, которые мы создаем/ А.В. Хашковский// The Chief. – 2005. – № 10. – С. 13–19.
- 59 Хуторский, А.В. Ключевые компетенции: технология конструирования/А.В. Хуторский// Народное образование. – 2003. – № 5. – С. 22–30
- 60 Шумович, А.В. Великолепные мероприятия; Технология и практика event management/ А.В. Шумович. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.

61 Леонидова, Е.Г. Событийный туризм как новое направление российского туристского рынка// Universum: Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. 2015. № 7(18)// <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2307>

62 Методика проведения и подготовки фестивалей// <http://irkocс.ru/>

63 Методика организации и проведения коллективного творческого дела// <http://www.studfiles.ru>

64 Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИЮФУ// http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Организационно-распорядительная документация студенческого фестиваля
«Карнавалы мира»

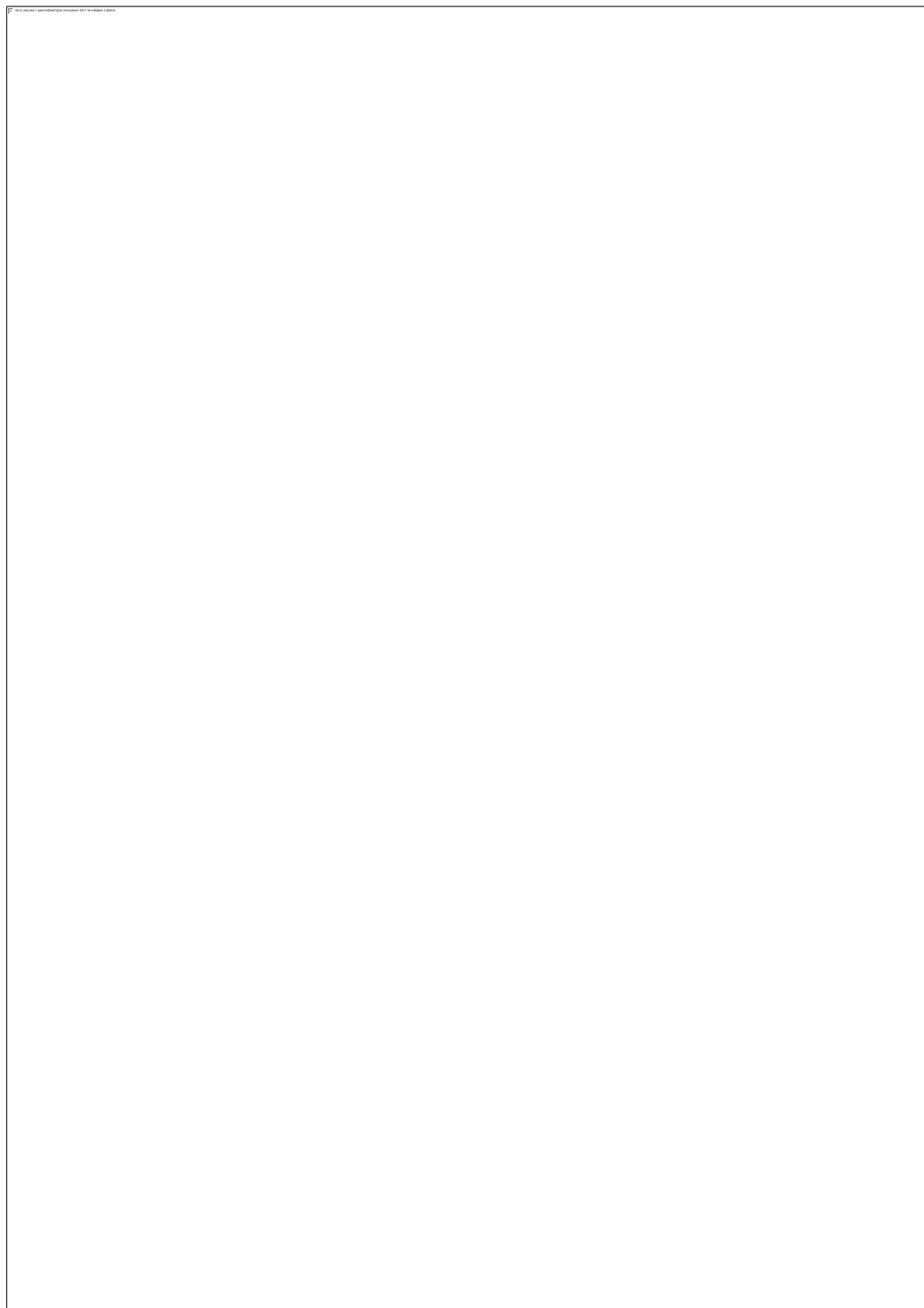


Рисунок А.1 – Положение студенческого фестиваля «Карнавалы мира»



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИКАЗ

№ _____

г. Челябинск

**Об организации межвузовского студенческого
фестиваля «Карнавалы мира»**

В рамках организации работы с талантливой молодежью и воспитательной работы Института спорта, туризма и сервиса в соответствии с планом кафедры «Туризм и социально-культурный сервис»

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Провести на базе кафедры туризма и социально-культурного сервиса ЮУрГУ межвузовский студенческий фестиваль «Карнавалы мира» в период 19–21 декабря 2016 г.
2. Утвердить Положение о фестивале (Приложение 1).
3. Утвердить состав оргкомитета (Приложение 2).
4. Утвердить программу мероприятий по организации и проведению фестиваля (Приложение 3).
5. Директору Центра творчества С.В. Филипчук выделить актовый зал и обеспечить работу соответствующих технических служб
 - для репетиций 19 и 21 декабря 2016 г. с 9.00 до 14 часов;
 - проведения мероприятий 19, 20 и 21 декабря с 14.00 до 19.00 часов.
6. Заместителю директора Института спорта, туризма и сервиса по внеучебной и воспитательной работе О.В. Фроловой обеспечить осуществление плановых мероприятий по подготовке и проведению фестиваля.
7. Начальнику Административно-хозяйственной службы Т.В. Рыбак предусмотреть выделение аудитории в главном корпусе ЮУрГУ для размещения участников и реквизита студенческих команд в период с 19 декабря по 21 декабря 2016 г. с 9.00 до 20.00.
8. Начальнику Управления безопасности Г.Е. Денисову обеспечить доступ участников фестиваля из других учебных заведений на территорию главного корпуса университета в период 19–21 декабря 2016 г.

Ректор ЮУрГУ

А.Л. Шестаков

Рисунок А.2 – Приказ об организации студенческого фестиваля



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ
СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Начальнику Управления по внеучебной
работе С.А. Юдочкиной

директора Института спорта, туризма и
сервиса В.В. Эрлиха

СЛУЖЕБНАЯ ЗАПИСКА

№ _____

г. Челябинск

Об организации фоторепортажа

Уважаемая Светлана Александровна!

В рамках проведения межвузовского студенческого фестиваля
«Карнавалы мира» (приказа ректора №1976 от 18 ноября 2016 г.)
просим обеспечить присутствие фотографов фотошколы ЮУрГУ и
фотосъемку следующих мероприятий фестиваля:

19 декабря

12:30 конкурс «Карнавальный калейдоскоп»

(холл 3 этажа гл.

корпуса ЮУрГУ);

14:00 торжественное открытие (актовый зал);

15:00-19:00 конкурс «Маска, кто ты?!» (актовый зал)

20 декабря

12:00-13:00 конкурс «Снежная цивилизация» (центральная аллея

парка им. Гагарина);

15:00-16:00 конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны»

(холл 3 этажа гл. корпуса ЮУрГУ)

21 декабря

15:00-18:00 конкурс «Ах, карнавал!» (актовый зал)

18:00-19:00 торжественное закрытие (актовый зал)

Директор ИСТиС,

председатель оргкомитета фестиваля

В.В. Эрлих

Рисунок А.3 – Служебная записка студенческого фестиваля

«Карнавалы мира»



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИНСТИТУТ
СПОРТА, ТУРИЗМА И СЕРВИСА

Ректору ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ)
А.Л. Шестакову

директора Института спорта, туризма и
сервиса В.В. Эрлиха

СЛУЖЕБНАЯ ЗАПИСКА

№ _____

г. Челябинск

Об организации стендовой экспозиции

Уважаемый Александр Леонидович!

В рамках проведения межвузовского студенческого фестиваля «Карнавалы мира» (приказа ректора №1976 от 18 ноября 2016 г.) предусмотрен конкурс стендовых материалов «Карнавальный калейдоскоп». Просим разрешить установку стендов на 3 этаже главного корпуса для проведения конкурсных мероприятий в период с 19 декабря по 21 декабря 2016 г.

В настоящее время заявили о своем участии 12 студенческих команд вузов Челябинска, Новосибирска, Барнаула, Ханты-Мансийска. Предварительное количество участников – 160 человек.

Директор ИСТиС,

председатель оргкомитета фестиваля

В.В. Эрлих

Рисунок А.3.1 – Служебная записка ректору ЮУрГУ

Продолжение приложения А

Приложение №2 к приказу
№ _____ от _____
2016 г.

СОСТАВ ОРГКОМИТЕТА ФЕСТИВАЛЯ «КАРНАВАЛЫ МИРА»

Ф.И.О.	Должность	Полномочия в оргкомитете
Эрлих Вадим Викторович	Директор Института спорта, туризма и сервиса ЮУрГУ	Председатель оргкомитета
Третьякова Татьяна Николаевна	Доктор педагогических наук, профессор ЮУрГУ, заведующий кафедрой туризма и социально-культурного сервиса	Заместитель председателя оргкомитета
Фролова Ольга Валерьевна	Заместитель директора Института спорта, туризма и сервиса по внеучебной и воспитательной работе	Заместитель председателя оргкомитета
Кондакова Анастасия Викторовна	Главный специалист Отдела молодежных проектов Управления молодежной политики Министерства образования и науки Челябинской области	Информационная поддержка фестиваля, координация работы с образовательными организациями Челябинской области
Бай Татьяна Владимировна	Директор ОГБУК «Центр развития туризма Челябинской области»	Информационная поддержка фестиваля
Филипчук Светлана Владимировна	Директор Центр творчества ЮУрГУ	Организация конкурсных и репетиционных мероприятий
Денисенко Михаил Иванович	Заместитель начальника Управления безопасности ЮУрГУ	Обеспечение безопасности фестивальных мероприятий на базе ЮУрГУ
Сыромятникова Юлия Алексеевна	Кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса	Работа с организационными и конкурсными документами
Миллер Екатерина Андреевна	Магистрант кафедры туризма и социально-культурного сервиса	Работа с командами-участниками
Харин Алексей Владимирович	Магистрант кафедры туризма и социально-культурного сервиса	Работа с командами-участниками

Рисунок А.4 – Состав оргкомитета студенческого фестиваля
«Карнавалы мира»

**ПРОГРАММА МЕЖВУЗОВСКОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ФЕСТИВАЛЯ
«КАРНАВАЛЫ МИРА»**

19 декабря – 1 день (понедельник)

- 10.00–14.00 – Заезд, регистрация участников фестиваля в главном корпусе ЮУрГУ. Монтаж выставочно-презентационной экспозиции. Репетиции участников в актовом зале по графику (20 мин. на команду)
- 12.00–13.30 – Конкурс стендовых материалов «Карнавальный калейдоскоп» (вестибюль актового зала)
- 14.00–15.00 – Торжественное открытие фестиваля (актовый зал)
- 15.00–19.00 – Конкурс визитных карточек команд (актовый зал)

20 декабря – 2 день (вторник)

- 09.00–13.00 – Конкурс «Снежная цивилизация» (парковая зона)
- 15.00–18.30 – Конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны» (актовый зал)

21 декабря – 3 день (среда)

- 09.00–14.00 – Репетиции участников в актовом зале по графику (20 мин. на команду)
- 15.00–18.00 – Заключительный шоу-конкурс «Ах, карнавал!»
- 18.00–19.00 – Подведение итогов фестиваля. Награждение команд-победителей.

Рисунок А.5 – Программа студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Информационный материал о студенческом фестивале «Карнавалы мира»



ИСТИС ФГБОУ ВПО «ЮУрГУ» (НИУ)

Институт спорта, туризма и сервиса федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

ул. Сони Кривой 60, г. Челябинск, 454080, тел./факс (351) 267-98-49
ОКПО 02066724, ОГРН 1027403857568, ИНН/КПП 7453019764/745301001

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Кафедра туризма и социально-культурного сервиса Южно-Уральского государственного университета приглашает принять участие в студенческом фестивале «КАРНАВАЛЫ МИРА» 19-21 декабря 2016 года в актовом зале ЮУрГУ

Цель конференции: развитие творческих способностей и активизация познавательной самостоятельности студентов.

Задачи фестиваля: совершенствование форм учебной и внеучебной работы студентов

Конкурсная программа фестиваля:

- Конкурс визитных карточек команд «Маска, кто ты?» (10-минутное представление
- народной сказки карнавальной страны)
- Конкурс стенгазет и стендового оформления в рамках информации о карнавальной стране
- Конкурс гостеприимства (традиции и обряды карнавальной страны)
- Конкурс «Снежная цивилизация» (сооружение из снега популярного туристского объекта карнавальной страны)
- Финальный конкурс «Ах, карнавал»

Команды-победители фестиваля награждаются дипломами и памятными подарками.

ОРГВЗНОС ЗА УЧАСТИЕ В ФЕСТИВАЛЕ НЕ ПРЕДУСМОТРЕН.

В адрес оргкомитета конференции до 1 декабря 2016 года необходимо выслать:

- 1) заявку об участии в фестивале;***
- 2) обоснование и согласование выбранной карнавальной страны;***

Дата и время проведения мероприятия:

Дата: 19-21 декабря 2016 года

Время: 09.00 – 18.00 (местного времени).

Просьба согласовать с нами возможность участия и дату прибытия и отъезда

Место проведения: Южно-Уральский государственный университет
(г. Челябинск, пр. Ленина, 76)

Подтвердите, пожалуйста, свое участие до **10 декабря 2016 г.**

Контактная информация:

Сайт кафедры: <http://tourism.istis.ru>

Адрес организации: ул. Рождественского, 5 ауд. 308

Контактное лицо:

Сыромятникова Юлия Алексеевна, e-mail: syromjatnikowa@mail.ru, тел.+7912 895 98 79

Рисунок Б.1 – Информационное письмо студенческого фестиваля

Название страны	19 декабря			20 декабря			21 декабря				
	Репетиции (актовый зал ГК)	Грим и визаж (ауд. 350 ГК)	13:00-14:00 – Жюри оценивает стенгазеты и стенды (без участников) 14:00 – Торжественное открытие фестиваля (актовый зал) 15:00 – Конкурс визитных карточек команд (актовый зал)	09:00-11:00 Подготовка к конкурсу «Традиции гостеприимства карнавальной страны» (холл, 3-го этажа) Конкурс «Традиции гостеприимства карнавальной страны» (холл, 3-го этажа)	11:00-14:00 Жюри оценивает традиции гостеприимства каждой карнавальной страны	14:00-15:00 Демонтаж выставочно-презентационной композиции (холл, 3-го этажа ЮУрГУ ГК)	Репетиции (актовый зал ГК)	Репетиции (актовый зал ГК)	Грим и визаж (ауд. 350 ГК)		
Грузия	10:00-10:15	10:15-10:30					14:00 - Заключительный этап фестиваля – шоу. Конкурс «Ах, карнавал!»	18:00 – Подведение итогов фестиваля. Награждение команд-победителей	15:00-15:15	10:00-10:15	10:15-10:30
Америка 20-е	10:15-10:30	10:00-10:15							15:15-15:30	10:15-10:30	10:00-10:15
Куба	10:30-10:45	10:45-11:00							15:30-15:45	10:30-10:45	10:45-11:00
Германия	10:45-11:00	10:30-10:45							15:45-16:00	10:45-11:00	10:30-10:45
Колумбия	11:00-11:15	11:15-11:30							16:00-16:15	11:00-11:15	11:15-11:30
Франция (Ницца)	11:15-11:30	11:00-11:15							16:15-16:30	11:15-11:30	11:00-11:15
Бразилия	11:30-11:45	11:45-12:00							16:30-16:45	11:30-11:45	11:45-12:00
Америка	11:45-12:00	11:30-11:45							16:45-17:00	11:45-12:00	11:30-11:45
Ирландия	12:00-12:15	12:15-12:30							17:00-17:15	12:00-12:15	12:15-12:30
Франция	12:15-12:30	12:00-12:15							17:15-17:30	12:15-12:30	12:00-12:15
Казахстан	12:30-12:45	12:45-13:00							17:30-17:45	12:30-12:45	12:45-13:00
Армения	12:45-13:00	12:30-12:45							17:45-18:00	12:45-13:00	12:30-12:45
Ямайка	13:00-13:15	13:15-13:30							18:00-18:15	13:00-13:15	13:15-13:30

Рисунок Б.2 – График работы студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Рекламные материалы студенческого фестиваля «Карнавалы мира»



Рисунок В.1 – Баннер студенческого фестиваля «Карнавалы мира»

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Фотоматериалы студенческого фестиваля «Карнавалы мира»



Рисунок Г.1 – Команда «Грузия»



Рисунок Г.2 – Команды «Германия»



Рисунок Г.3 – Команда «Америка 20-е гг.»



Рисунок Г.4 – Команда «Колумбия»