

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,

_____/ /
«__» _____ 2018 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

д.п.н., профессор

_____/Т.Н. Третьякова/
«__» _____ 2018 г.

Проектирование анимационной программы «Собираемся в поход»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ–43.03.02.2018.048.ПЗ ВКР

Консультанты

Безопасность жизнедеятельности,
ст. преподаватель

_____/И.А. Горбунова
«__» _____ 2018 г.

Экономическая часть,
к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__» _____ 2018 г.

Руководитель ВКР, к.п.н., доцент

_____/И.А. Фрейнкина
«__» _____ 2018 г.

Автор ВКР, студент группы С-451

_____/И.И. Травян
«__» _____ 2018 г.

Нормоконтролер, ст.преподаватель

_____/М.Н. Малыженко
«__» _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Травян И.И. Проектирование анимационной программы «Собираемся в поход». – Челябинск: ЮУрГУ, СТ – 451, 2018. – 58 с., 2 ил., библиогр. список – 32 наим., 5 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки анимационной программы для детей 10–11 лет «Собираемся в поход»

В выпускной квалификационной работе выявлены особенности проектирования анимационной программы.

В первой главе изучены основы проектирования анимационных программ.

Вторая глава посвящена разработке и реализации анимационной программы «Собираемся в поход».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ.....	9
1.1 Понятие и виды анимационных программ.....	10
1.2 Технологии анимационных программ для школьников.....	15
1.3 Модель анимационной программы «Собираемся в поход».....	21
Выводы по главе один.....	31
2 РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ «СОБИРАЕМСЯ В ПОХОД».....	33
2.1 Характеристика анимационной программы.....	34
2.2 Себестоимость анимационной программы	36
2.3 Обеспечение безопасности анимационной программы	38
Вывод по главе два.....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	46
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	58
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Анимационная программа «Собираемся в поход».....	51
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Рекламный буклет.....	56
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Финансовые документы.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ Г.Электронная версия ВКР	
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Презентация по теме ВКР	

ВВЕДЕНИЕ

Анимация – сравнительно новое направление в туристической деятельности, предполагающее личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях. Это явление – порождение конкуренции между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов.

Под влиянием политических, социально-экономических, культурных тенденций современная сфера досуга претерпевает в настоящее время значительные изменения. Достижения и противоречия цивилизации XXI века, предельные физические, интеллектуальные и психические нагрузки на индивида, вызванные интенсификацией производства, усложнением процесса овладения возрастающим объемом информации, социальной напряженностью и рядом других объективных факторов, обусловили необходимость формирования у каждого человека потребности и способности рационально строить свое свободное время, осуществлять выбор созидательных форм досуга.

В настоящее время в России анимационная деятельность получает все более широкое распространение в деятельности учреждений культуры. Функционирование анимационной деятельности происходит по нескольким направлениям: в деятельности учреждений культуры; туризма; средств массовой информации; реабилитационных центров; учреждений дополнительного образования детей и т. д.

Социальная направленность развития анимационной индустрии выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Анимационная индустрия, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха, развития культуры человека), по сути своей формирует и развивает

личность. Заполняя развлечениями часть своего свободного времени, человек восстанавливает себя и как трудовая единица.

Тема анимационной программы является актуальной в современных условиях развития объектов социально-культурного сервиса, так как особое место на предприятиях индустрии туризма на современном этапе развития занимает анимационная служба, обеспечивающая организацию анимационной деятельности туристов. Именно анимация является источником большой дополнительной прибыли, поэтому в профессионалах данного профиля заинтересованы все современные предприятия индустрии туризма.

Важно подчеркнуть, что при всем широком наборе различных направлений анимационной деятельности в учреждениях культуры отсутствует целостная система, не определены функции, принципы анимационной деятельности, что, в свою очередь, оказывает влияние на понятие анимационной деятельности, границы исследования, на эффективность осуществления целостного технологического процесса в учреждениях культуры.

Теоретической базой выпускной квалификационной работы являются работы следующих авторов: Т.И. Гальпериной, Н.И. Гаранина, И.В. Зорина, В.А. Квартальнова, Л.В. Курило, Е.М. Приезжевой, Т.Н. Третьяковой.

Цель выпускной квалификационной работы – разработать анимационную программу для детей 10–11 лет «Собираемся в поход»

Объект выпускной квалификационной работы – основы проектирования анимационных программ.

Предмет выпускной квалификационной работы – проектирование детской анимационной программы «Собираемся в поход».

Задачи выпускной квалификационной работы:

- рассмотреть понятия и виды анимационных программ;
- дать характеристику технологии анимационных программ для школьников;
- разработать анимационную программу «Собираемся в поход».

В работе были использованы методы исследования: анализ, синтез, моделирование, атематический метод.

Новизна исследования – разработка собственного проекта спортивно-оздоровительной анимационной программы для детей.

Практическая значимость исследования: заключается в разработке сценария анимационной программы «Собираемся в поход».

Структура выпускной квалификационной работы отражает общую логику исследования и включает введение, две главы, заключение, библиографический список и приложения.

1 ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

1.1 Понятие и виды анимационных программ

Анимация (animation – anim: душа – одушевление, оживление) – это особый вид культурно- досуговой деятельности объединенный общим замыслом или целью план проведения туристских, культурно-массовых, физкультурно-оздоровительных, любительских и познавательных занятий, основанных на современных психологических и педагогических технологиях активации окружающей социальной среды и входящих в нее субъектов.

Обобщая теоретические идеи анимации и опыт организации социально-культурной деятельности в ряде иностранных стран, один из ведущих отечественных профессионалов области культурно-досуговой деятельности Е.Б. Мамбеков определяет анимацию как часть культурной и воспитательной системы сообщества, которая может быть представлена в виде особой модели организации социокультурной деятельности:

- как совокупность элементов, находящихся в непрерывных отношениях;
- как совокупность занятий, видов деятельности и отношений, которые отвечают интересам, проявляемым личностью в ее культурной жизни и особенно в ее свободное время;
- как своеобразная социально-педагогическая система, в которой ведущую роль играют аниматоры, профессиональные или добровольные, обладающие специальной подготовкой и использующие, как правило, методы активной педагогики.

Такое развернутое определение в целом правосудно отражает специфику и даже структуру анимационной деятельности, которая проявляется на организационном, деятельностном, методическом и технологическом уровнях. Вместе с тем не следует ограничивать сущность и специфику данного явления лишь наружными проявлениями, поскольку весьма серьезная составляющая анимации – это ее мировоззренческий потенциал. Само понятие

«анимация» позволяет, с одной стороны, достаточно точно описывать цели социокультурной деятельности, выявлять ее консолидирующий (соединяющий) характер, а с иной – означать внутренний аспект взаимоотношений субъектов педагогического процесса.

Предпосылки происхождения анимации в её современном понимании содержатся в отрицательных последствиях индустриализации и урбанизации. Следствием быстрого технического развития является в повседневной жизни повсеместное техническое окружение и экологическое загрязнение, монотонность труда, физическая и психическая утомляемость, нехватка времени и сил на творчество создание и любимое дело.

Организация отдыха связана с формированием и реализацией таких анимационных программ, которые бы отвлекали отдыхающего от ежедневных жизненных проблем, проводили его эмоциональную разрядку, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни. Многообразие существующих форм и программ досуговой активной деятельности породило анимацию, т. е. вид деятельности, направленный на возобновление духовных и физических сил.

Анимация – новое направление в туристской и курортной деятельности, предполагающее как зрительское (пассивное), так и личное участие отдыхающих в игровых и театрализованных шоу- программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях.

Аниматор – человек, который создает и реализует анимационную программу, т. е. комплекс мероприятий спортивного и развлекательного характера, входящих в сферу рекреационных и духовных интересов путешественников и разрабатывающихся для проведения ими свободного времени.

Целью анимации является обеспечение полноценного отдыха, наполнение души и тела необходимой жизненной энергией. В ходе исполнения данной цели, решаются следующие задачи:

- восстановление и развитие физических и духовных сил человека;

- рост уверенности в собственных силах;
- снятие стресса, собранного за рабочий период;
- отвлечение от пассивных форм культурно - досуговой деятельности;
- раскрытие творческого потенциала человека, удовлетворение духовных потребностей.

Типы и виды анимационных мероприятий, представленные в таблице 1, напрямую влияют на настроение и эмоциональный фон отдыхающих.

Таблица 1 – Типы и виды анимационных мероприятий

Тип анимации	Характеристика	Вид анимационных мероприятий
Санаторно-оздоровительный тип	соответствует состоянию здоровья	специальные оздоровительные программы в игровой форме, прогулки по терренкурам
Природно-рекреационный тип	находится в соответствии с местонахождением, выбираемым самим туристом	пикник на природе с элементами оживления отдыха, общение с домашними и экзотическими животными и наблюдение за дикими животными, зоотерапия
Спортивно-зрелищный тип	согласуется с увлечениями	занятиями спортом и наблюдениями за спортивными соревнованиями, спортивными танцами
Культурно-развивающий тип	соответствует желанию познания окружающего мира через произведения искусства	Исторический, культурный, музейный туризм – обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, посещение международных кинофестивалей, театрально-зрелищных мероприятий
Зрелищно-развлекательный тип	стремление отвлечься от повседневности	виды событийного туризма – карнавалы, фестивали, шоу

Типы и виды анимационных мероприятий должны находиться в согласии с потребностями и возможностями отдыхающего. Мы будем говорить о туристской, рекреационной и гостиничной анимации, поэтому разграничим эти понятия в таблице 2.

Таблица 2 – Виды анимации и анимационных программ

Вид анимации	Характеристика Анимационной программы	Виды анимационных программ
Туристская анимация	туристская услуга, при осуществлении которой туриста влечет в активное действие	специализированные анимационные туристские маршруты
		дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах
Гостиничная анимация	направлена на установление дружественных отношений внутри туристической группы	приключенческо-развлекательные и зрелищно-игровые программы
		познавательные, экскурсионные
Рекреационная анимация	направлена на восстановление духовных и физических сил человека	спортивные, спортивно-оздоровительные и спортивно-развлекательные программы
		обучающие, любительские программы
		комплексные программы, комбинируемые из однородных программ.

Различие объяснений понятий «анимация», «гостиничная анимация», «туристская анимация» связано с многообразием существующих форм и программ анимационной досуговой деятельности. Это разнообразие сказывается как при образовании туристских маршрутов и в гостиничном бизнесе, так и вообще в организации досуга людей в нынешней жизни: в странах, в городах, в городских управах и муниципалитетах, в парках, клубах и ассоциациях, в организациях и учебных заведениях.

Анимационные туристские маршруты – целевые туристические поездки ради одной или несколько анимационных программы, либо постоянный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме странствия, переезда от одной анимационной программы к иной, которые предоставляются в различных точках назначения. Такая анимационная программа является целевой,

переезда от одной анимационной программы к иной, которые предоставляются в различных точках назначения. Такая анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по содержанию, стимулирующему духовные силы. К таким анимационным программам относятся: культурно- познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и сценические, научные, фестивальные, карнавальные и спортивные.

Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах – программы, предназначенные для «помощи» главных туристских услуг, оговоренных в турпакете, и действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды (при организации спортивных и самодеятельных туров, на пляжных курортах) и т. д.

Рекреационная анимация – вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими предприятиями с туристами и гостями, так и досуговыми предприятиями с местными жителями.

Что касается туристской и гостиничной анимации, то они тесно связаны с рекреационной, т.к. главная роль анимационных программ как в отелях, туркомплексах и санаториях, так и специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, в отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения и т.д., иными словами в восстановлении жизненных сил и энергии.

Туристская анимация – это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплекс, отель) или на транспортном средстве (круизный теплоход, поезд, автобус и т.д.), или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города и т.д.), которая вовлекает туристов в разнообразные подвижные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга.

При подготовке туристских анимационных программ учитываются многие особенности туристов, которые помогают провести анимацию наиболее интересно, особенности туристов: национальность; возраст; пол; численность; активность участия туристов.

В практике туристического обслуживания соответственно мотивации и спросу путешествий или виды анимации, удовлетворяющие духовные и физические потребности туристов:

- анимация в движении – удовлетворяет потребность современного человека в движении, сопровождающимся с приятными переживаниями и удовольствием;

- анимация через переживание – удовлетворяет потребность в чувстве нового, непредсказуемого при общении или открытиях, а также при преодолении трудностей;

- анимация через общение – удовлетворяет потребности человека с интересными людьми с открытым внутренним миром и познания себя через общение;

- анимация через успокоение – отдаляет туристов от повседневной суеты и усталости через успокоение, уединение или контакта с природой, тем самым удовлетворяя туристов в психологической разгрузке;

- культурная анимация – удовлетворяет людей в духовном развитии личности через приобщение к культурно-историческим, познавательным памятникам и современным образцам культуры народа, региона, города или нации;

- творческая анимация – удовлетворение человека через творчество самого человека и демонстрации и показа своих произведений и способностей, так же установление контактов через общение или совместное творчество с людьми близкими по духу .

В соответствии с категорией отдыхающих гостиничная анимация направлена на установку дружелюбных отношений внутри группы отдыхающих. Для достижения этой цели талантливый аниматор выберет подходящий вид анимации, вызывая у людей разные положительные эмоции и чувства. Конечной целью

анимации является удовлетворенность человека отдыхом, его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции анимации. От организации досуга населения зависит моральнопсихологический климат в обществе, его культурный уровень, физическое и нравственное здоровье

В данном пункте теоретической главы дано развернутое определение анимации и выявлены предпосылки ее возникновения; рассмотрены типы и виды анимационных программ, влияющих на эмоциональный фон отдыхающих; охарактеризованы виды анимации по характеристике и типам анимационных программ.

1.2 Технологии анимационных программ для школьников

Любая анимационная программа требует тщательной и организованной подготовки, независимо от того для кого она проводится и где данную подготовку по проведению той или иной анимационной программы можно разделить на несколько этапов. Первый этап (самый большой и ответственный этап) – подготовительный, включающий в себя:

- 1) анализ предлагаемых анимационных программ;
- 2) определение целей и задач данной анимационной программы;
- 3) выбор места проведения и время анимационной программы;
- 4) проектирование анимационной программы с учетом особенностей потребителей анимационной программы таких как: возраст, национальность и т.д;
- 5) создание сценарий анимационных программы, включенных в программу;
- 6) расчет расходов на проведение данного мероприятия;
- 7) распределение обязанностей среди творческих коллективов внутри команды по анимационной программе ;
- 8) техническую подготовку: подготовка реквизита, закупка инвентаря, изготовление декораций и костюмов для анимации;

9) установление технических средств для звуковой и световой аппаратуры, оформление сцены, изготовление фонограмм и прочее;

10) обучение правилам анимации, предварительная репетиция;

11) проведение рекламной услуги кампанией намеченных анимационных мероприятий.

Второй этап – проведение анимационной программы – представляет собой самую трудную и ответственную работу для всех соучастников. Необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров, преодолеть сердитое напряжение и решить поставленные задачи не смотря не на что.

Третий этап – подведение результатов, в ходе которого происходит: обзор проведенной программы. Анкетирование потребителей с последующим анализом; последующая работа над усовершенствованием программы. Итак, технологический процесс включает три основных этапа: подготовку; проведение анимационной программы и анализ проведенной программы.

Успех анимационной программы в целом многом зависит от правильно спроектированной рекламы кампании. Реклама, как известно, это информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания как можно больше спроса на них. Сложилось так, что анимационные программы рекламируется на очень низком уровне, даже в тех туристских предприятиях, где эти программы есть.

Реклама анимационных программ – это инструмент, с поддержкой которого потребителю дается информация о привлекательности и особенности данной программы с целью заинтересовать потребителя, побудить его приобрести рекламируемый товар, стать соучастником анимационной программы. Приступая к разработке рекламы анимационных программ, необходимо:

1) оценить финансовые затраты на рекламу, учитывая собственные финансовые возможности, получаемую от реализации программ прибыль, расценки на исполнение рекламных материалов декораций и др.;

2) охарактеризовать потенциальных потребителей и составить их характеристику: возраст, пол, этнические признаки, социальный статус, уровень дохода и др.;

3) определить преимущества собственных анимационных программ в сравнении с конкурентами, обращая внимание на рекламу;

4) определить все способы эффективного распространения рекламы.

Очень важно выработать свой фирменный стиль, который воспринимается как гарантия качества предлагаемых анимационных программ. При выработке своего фирменного стиля необходимо учитывать: основные направления деятельности; сегменты рынка, для которых предназначены разрабатываемые программы; главные рекламные средства; превосходства или необыкновенности разрабатываемых программ.

Немаловажным аспектом в организации анимационной программы является процесс технологии создания анимационного мероприятия. Под технологией создания анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, приборов и приспособлений). Это очень трудный и многоплановый процесс, поскольку он решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический расчет стоимости каждой программы, их реализацию и творческое олицетворение запрограммированных анимационных мероприятий с дальнейшим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты.

Технология создания и реализации анимационных программ для зрителей анимационного мероприятия, как некая система которая состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем, далее рассмотрим каждую из них:

Организационная – организация всеобщей деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов;

Инструкторско-методическая – творение и разработка сценариев мероприятий, текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта;

Режиссерская – распределение ролей, составление планов репетиций, постановка спектакля, шоу;

Техническая – подготовка технических средств (объектов, сооружений, приборов и т.д.), площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения и пр.

Технологический процесс творения анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности – обслуживаемые туристы, народонаселение (группы и отдельные личности);
- субъект деятельности – руководитель, специалист анимационной службы;
- собственно анимационная деятельность со всеми ее компонентами – процесс взаимодействия субъекта на объект.

Все элементы функционирования технологического процесса находятся в согласье взаимодействий и образуют единичную систему. Основной элемент этой системы – объект деятельности, люди (туристы, гости, отдыхающие). Все предназначено для удовлетворения их духовных и физических потребностей. Поэтому профессионалам-аниматорам надобно знать эти потребности, изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы молодежи. Без знания людей трудно рассчитывать на достижение желанного результата и на повышение эффективности интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию.

Успех анимационной программы во многом зависит от правильно организованной рекламной кампании. Реклама, как известно, это информация о потребительских свойствах товаров и видах услуг с целью их реализации и создания спроса на них. Это инструмент, с поддержкою которого потребителю дается информация о содержании, особенностях, привлекательности конкретной

программы с целью заинтересовать его, побудить приобрести рекламируемых товар и стать соучастником анимационной программы.

Так при соблюдении данных этапов разработки организации анимационного мероприятия и при правильном подходе можно вполне надеяться на отличное и безпроблемное, тщательно планируемое организованное анимационное представление.

При организации проведения анимационных программ следует учитывать не только выше перечисленные организационные этапы, но так же не забывать о возрастных отличиях, о их индивидуальных и групповых особенностях, предпочтениях и других отличиях. Ведь что – то неуместно для детей. А что-то не очень корректно будет для взрослых. То есть необходимо всегда брать во внимание особенности составление мероприятий для разных групп людей.

Особое значение народных подвижных игр содержится в том, что они широко доступны людям самого различного возраста.

Детская анимация - это прежде всего творческий процесс, и ребенок может проявить себя во всех качествах, которые он не может проявить, например, в школе на занятиях или дома с родителями. Детский аниматор обязан заострять внимание на одаренности детей, на их таланте и гениальности, ведь в непринужденной атмосфере анимационной программы, будь то спектакль или игра, спортивная программы или любо иное деяние , ребенок может проявить себя гораздо естественней и реальней, чем в обыкновенной жизни. Немаловажным аспектом в организации анимационной программы является процесс технологии создания анимационного мероприятия. Под технологией творения анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, приборов и приспособлений).

Так же следует учитывать возрастные особенности современных школьников.

В реальное время принято следующее разделение возрастных особенностей детства на такие возрастные периоды как:

- 1) младенческий – от рождения до 1 года, причем в нем выделяется умышлено первый месяц – период новорожденности;
- 2) преддошкольный возраст – от 1 года до 3 лет;
- 3) дошкольный возраст – от 3 до 7 лет;
- 4) младший школьный возраст – от 7 до 11–12 лет;
- 5) средний школьный возраст (подростковый) – от 12 до 15 лет;
- 6) старший школьный возраст (юношеский) – от 15 до 18 лет.

Определение границ этих периодов является условным, так как наблюдается великая вариативность в этом отношении. Совместно с тем следует иметь в виду, что контроль возрастных особенностей учащихся невозможно разуместь как адаптация к слабым граням того либо другого возраста, поскольку в результате такого приспособления они могут только закрыться от окружающей социальной среды.

Каждая жизнь ребенка должна быть организована с учетом вероятностей данного возраста, имея в виду побуждение перехода к дальнейшему возрастному периоду.

В моем случае меня интересует средний школьный возраст.

Основным видом деятельности подростка, как и младшего школьника, является ученье, но содержание и характер учебной деятельности в этом возрасте веско изменяется. Подросток приступает к систематическому овладению основами наук. Обучение становится многопредметным, место одного педагога занимает коллектив педагогов. К подростку предъявляются более высокие требования. Это приводит к изменению отношения к учению. Для школьника среднего возраста учебные занятия стали обычным делом. Учащиеся порой склонны не утруждать себя лишними упражнениями, выполняют уроки в пределах заданного или даже меньше. Зачастую происходит снижение успеваемости. То, что побуждало младшего школьника активно учиться, не играет теперь такой роли, а новые побуждения к учению (установка на грядущие, дальние перспективы) еще не возникли.

Чаще всего подросток наиболее открыто проявляет себя в играх. Большое место занимают игры-походы, подвижные игры и путешествия. Они любят подвижные игры, в которых присутствует соревновательный характер.

Подвижные игры начинают носить характер спортивных (футбол, баскетбол, волейбол, игры такого типа как «Веселые старты» и военные игры). В этих играх на первый план выступает смекалка, смелость, ловкость, быстрота и ориентировка. Игры подростков носят более устойчивый характер. Особенно ярко в подростковом возрасте проявляются интеллектуальные игры, которые носят состязательный характер (шахматы, шашки, КВН, соревнование в решении задач на сообразительность, соперничество интеллектом и т.д.). Увлекаясь игрой, подростки часто не обращают внимание на время между играми или учебными занятиями.

Вывод: В данном пункте теоретической главы рассмотрены технологии и этапы проведения анимационных программ, а также возрастные отличия участников анимационных программ.

1.3 Модель анимационной программы «Собираемся в поход»

Проектирование услуги по разработке анимационной программы «Собираемся в поход» было осуществлено в соответствии с техническим заданием, определенным образовательным учреждением, на базе которого реализовывалась программа, с учетом следующих основных факторов:

- конъюнктуры рынка туристских служб;
- запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги);
- состояния и структуры объектов туристской индустрии;
- межрегионального кластерного подхода;
- результатов маркетинговых исследований;
- обеспечения безопасности туристских услуг;

- защиты прав потребителей туристских услуг;
- предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора;
- соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований;
- наличие договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями.

Конъюнктура рынка воспроизводит экономическую ситуацию, сложившуюся на определенный момент времени в результате совокупного действия факторов и условий, определяющих соотношение спроса и предложения на туристический продукт и характеризуются уровнем и динамикой цен на товары и услуги туризма.

Конъюнктура является неотъемлемой чертой функционирования рынка. Она складывается в результате совокупного действия внутренних и внешних условий и факторов и характеризует состояние рынка в настоящее время и в данном месте. Признаком конъюнктуры являются колебания и динамизм, которые подчинены циклическому развитию мировой экономики, что находит свое проявление на разных уровнях. На микроуровне исследуются краткосрочные колебания и изменения соотношения спроса/предложения, влияющие на деятельность субъектов рынка, на макроуровне - средне - и долгосрочные тенденции развития рынка, которые учитываются в отраслевой и национальной стратегии социально-экономического развития.

Рынок детской анимации г. Челябинска достаточно насыщен. В городе действуют как минимум 8 специализированных детских праздничных агентств: «Золотая рыбка», «Баклажанчик», «Непоседы», «Гильдия волшебников», «Игробум», «Пеппи играет», «Павлин», «Звездный дождь». Кроме этого действует большое количество незарегистрированных аниматоров (чье число сезонно дополнительно увеличивается – Новый год, период Последних звонков, выпускных вечеров, 1 сентября и т.д.). Услуги по детской анимации оказывают также и многие «взрослые» праздничные агентства. Отдельно стоит отметить

агентства научно-познавательной анимации – «Академия Почемучки», «Школа Экспериментус» и пр.

Вместе с тем, на рынке присутствуют определенные незанятые «ниши». Специализированные детские праздничные агентства разрабатывают тематические анимационные программы, имеющие ярко выраженный развлекательный характер. В силу более высокой прибыльности они наиболее заинтересованы в проведении Дней рождения и новогодних праздников. Анализ сайтов и групп в социальных сетях «Вконтакте» и «Facebook» показал, что в абсолютном большинстве случаев при проведении разных тематических программ используется типовая инвентарь, которым обеспечено данное агентства и связанные с этим инвентарем конкурсы, которые получают различное название, в зависимости от тематической привязки. Научно-познавательная анимация серьезно ограничена требованиями техники безопасности, разработкой новых программ высококвалифицированными специалистами естественно-научного профиля, в силу этого их адаптивные возможности под требования конкретного заказчика также низки.

Формирование анимационного продукта осуществлялось в соответствии с техническими и технологическими требованиями.

К техническим требованиям относятся требования к документам, в том числе наличие педагогического образования, санитарной книжки и пр.;

При организации активных конкурсов, являющихся составной частью анимационной программы учитывались технические требования, направленные на обеспечение безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, охраны окружающей среды, минимизацию рисков для потребителей туристских услуг, которые установлены в соответствии с законодательством, а также по ГОСТ Р 50644 и ГОСТ Р 50690.

Согласно ГОСТу основными этапами проектирования турпродукта являются следующие: 1. Проектирование туристских услуг выполняется в несколько этапов:

- составление моделей туристских услуг;

- разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг;
- установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг;
- определение способов контроля качества проектируемых туристских услуг;
- утверждение документов на проектируемые туристские услуги.

На подготовительном этапе было проведено:

- 1) описание целевой аудитории;
- 2) формулирование целей и задач организации анимационной деятельности в ходе культурно-познавательной анимационной программы, моделирование ожидаемых результатов реализации анимационной программы;
- 3) проведение маркетинговых исследований на предмет изучения потребительского интереса, на наличие аналогичных предложений у конкурентов;
- 4) анализ ресурсов и технических условий для проведения анимационных мероприятий, планирование бюджета анимационной программы;
- 5) составление анимационной программы посредством логического распределения анимационных мероприятий во времени и выбора мест их проведения;
- 6) разработка сценария анимационной программы; определение творческих коллективов, технических средств; составление сметы проведения программы;
- 7) подготовка рекламных материалов, инструктаж организаторов анимации.

Была разработана концепция культурно оздоровительного внеклассного занятия «Собираемся в поход», подводящего к разрабатываемой анимационной программы.

Третий этап включал в себя реализацию анимационной программы.

На заключительном этапе были подведены итоги проведения анимационной программы.

При составлении модели туристской услуги учитывают следующие факторы:

- вид туристской услуги: Культурно-оздоровительная анимационная программа для школьников среднего возраста.

– основную направленность/назначение туристской услуги формирование ценностей культурного и здорового образа жизни.

Анимационная программа «Собираемся в поход» была составлена таким образом, чтобы развлекательные, спортивные и образовательные элементы были разнообразны по своему содержанию и форме проведения, вызывали интерес у участников.

В соответствии с ГОСТом 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» основными требованиями к туристским услугам и условиям обслуживания туристов являются:

1) Соответствие назначению: культурно-оздоровительная анимационная программа «Собираемся в поход» предназначена для формирования ценностей здорового образа жизни и информирования детей о пользе занятия туризмом. Проводимая конкурсная программа и ее театрализованное сопровождение содержат конкретные сведения о пользе туризма, нацелены на формирование знаний о полезности в театрализованно-игровой форме.

– безопасность: обеспечивается администрацией школы; техническая безопасность во время реализации программы возложена на двух аниматоров. Программа не предусматривает большого количества подвижных конкурсов, однако для обеспечения сохранения жизни и здоровья детей должна проводиться в свободном помещении с достаточным количеством открытого пространства;

– точность и своевременность исполнения;

– эргономичность;

– комфортность;

– эстетичность;

– информативность;

– доступность.

Дополнительными требованиями к процессам оказания услуг являются:

а) используемый инвентарь и оборудование

б) количество и компетентность необходимого персонала, обслуживающего туристов на каждом этапе оказания услуги, и необходимый уровень профессиональной подготовки.

Деятельностный этап реализации программы подробно описан во второй главе выпускной квалификационной работы.

При составлении модели анимационной услуги используют ГОСТ Р 53522 и учитывают следующие факторы (после их соответствующей адаптации):

- вид туристской услуги: спортивно -оздоровительная анимационная программа для школьников среднего возраста.
- основную направленность/назначение туристской услуги: формирование ценностей здорового образа жизни и привитие любви к туризму;

Анимационная программа «Собираемся в поход» была составлена таким образом, чтобы развлекательные, спортивные и туристские элементы были разнообразны по своему содержанию и форме проведения, вызывали интерес у участников.

В соответствии с ГОСТОМ 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» основными требованиями к туристским услугам и условиям обслуживания туристов являются: соответствие назначению: спортивно-оздоровительная анимационная программа «Собираемся в поход» предназначена для формирования ценностей здорового образа жизни и туризму. Проводимая анимационная программа и ее театрализованное сопровождение содержат конкретные сведения о пользе спорта и туризма, нацелены на формирование знаний о полезности театрализованно-игровой форме.

Описание модели анимационной программы «Собираемся в поход»:

Вид туристской услуги. По ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги, туристская организация оказывает – Услуги по организации досуга туристов. Досуг туристов – это организация анимационной деятельности в гостиницах, домах отдыха, а так же организация детских программ на площадках, в туристических центрах, санаториях и т. п.

По ОКУН (общероссийский классификатор услуг населению) 061504 – услуги по организации спортивных, развлекательных, познавательных, оздоровительных и других мероприятий.

В соответствии с пунктом 5.12 ГОСТа Р 53522-2009, услуги по организации досуга туристов включают в себя:

- проведение туристских слетов, праздников, встреч;
- проведение вечеров отдыха, кино вечеров, дискотек;
- организацию концертов, спектаклей и аналогичных развлекательных мероприятий, анимационных программ;
- предоставление настольных спортивных игр, бильярда, боулинга, игровых автоматов, и т. п.;
- проведение физкультурно-оздоровительных и зрелищных мероприятий;
- другие мероприятия по организации досуга.

Назначение туристской услуги. Анимационная программа «Собираемся в поход» разработана для школьников среднего возраста с целью оздоровления и привития любви к туризму в развлекательной форме и включает в себя два этапа: спортивная эстафета «Разминка» (подготовка к походу) и туристская полоса «Идем в поход».

По ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Следующим пунктом является маршрут путешествия, в нашем случае предлагаем заменить маршрут путешествия на концепцию анимационной программы и описать основные этапы подготовки и проведения анимационной программы.

Концепция анимационной программы. Основные мероприятия анимационной программы «Собираемся в поход»

1) подготовка презентации «Собираемся в поход» для предварительного изучения;

2) подготовка спортивного зала для проведения конкурсов: «разминка» (подготовка к походу) и туристской полосы «идем в поход». Для этого в спортивном зале расставляются фишки, и инвентарь на исходную позицию;

3) происходит знакомство с детьми в классе. Детям объясняется зачем они сегодня собрались и чем они будут заниматься. Происходит деление на две команды, для этого каждый ребенок вытягивал эмблему на ленточке из общего количества перемешанных эмблем. После этого команды собравшись вместе придумывают название своей команде и девиз.

4) начинается активная часть анимационной программы. Детям объясняются правила первого конкурса «Разминка». Перед каждой командой располагается подготовленный инвентарь. Каждый из участников должен максимально быстро закончить упражнение.

Первый этап: передача мяча над головой, Первый игрок передает мяч второму и так далее, как только последний игрок получает мяч, он бежит и встает перед первым игроком, игра продолжается до тех пор, пока первый игрок снова встанет на свое место.

Второй этап: «Меткий стрелок» Первые участники добегают до определенного места где лежат мячики и бросают в корзину. Каждый участник бросает один мячик. Сколько попаданий, столько и баллов.

Третий этап: «Сквозь игольное ушко». Первый участник бежит до обруча, продевает его через себя, оставляет на линии, бежит до стойки, обегает ее, вновь продевает обруч и передает эстафету касанием руки.

Четвертый этап: «Сороконожка». Первые участники бегут до стойки, обегают стойку и возвращаются к команде, вторые участники цепляются за первых и они вдвоем бегут, не падая и не отцепляя рук, затем третьи участники цепляются ко вторым и так далее.

5) перед началом второго конкурса «Идем в поход» необходимо расположить весь инвентарь.

Первый этап: «Собери рюкзак» Цель: из предлагаемых вещей отобрать те, которые годятся для похода. Рюкзак и фишки на определенном расстоянии от команд, в конкурсе участие принимают все члены команды. Необходимо каждому

из участников добежать до рюкзака и положить нужную вещь в рюкзак, побеждает та команда, которая быстрее соберет все необходимое в рюкзак .

Второй этап: «Переправа» Цель: переправиться с одного берега на другой. Команды участвуют в полном составе, строятся в колонну по одному. На расстоянии 8 м стоят гимнастические скамейки. По сигналу участнику необходимо боком, приставным шагом перейти на другой берег, если участник падает, то он выполняет задание вторично, обратно возвращается бегом.

Третий этап: «Кочки» Цель: переправиться по кочкам, не наступив на землю. Каждой команде дается два коврика, переставляя коврики поочередно добраться до линии, а обратно – бегом. Выигрывает та команда, которая быстро и без ошибок выполнит задание.

Четвертый этап: «Собери костер» – пазлы. Цель: Каждой команде максимально быстро собрать рисунок из пазл.

Пятый этап: «Отбой». Цель: стремительно снять обувь и лечь в спальник. Верное исполнение – это когда участник полностью залезет в спальник, ляжет, после этого вылезет из него, расправит его, обуется и передаст эстафету дальнейшему участнику.

Шестой этап: «Штурм высоты». Цель: нужно капитану команды взобраться на высоту (шведскую стенку), где находится конверт с буквами. По сигналу «Взять высоту!» капитаны исполняют задание, как только капитан возвратился к команде, каждая команда собирает слово из букв.

Выигрывает команда, выполнившая задание быстрее соперников.

б) после завершения всех конкурсов жюри подводит общий итог и объявляет победителей и призеров;

7) происходит церемония награждения и вручение призов победителям и призерам.

Цели создания анимационной программы:

целью создания анимационной программы «Собираемся в поход» Создать превосходное настроение, поднять мышечный тонус, сплочение коллектива.

Научить ребят видеть причины удач и неудач в исполнении какого-либо этапа, привить навыки анализа общей деятельности.

Метод обслуживания туристов – это способ реализации туристских услуг, организационных и технологических мероприятий, осуществляемых в процессе обслуживания туристов. Метод обслуживания туристов во время проведения анимационной программы – групповой, производится аниматором (ведущим). Аниматорами называют специалистов по организации досуга на туристских предприятиях .

Таким образом, была составлена модель анимационной программы «Собираемся в поход», которая состоит из четырех содержательных блоков: вид туристской услуги, назначение туристской услуги, концепция анимационной программы и методы обслуживания.

Схематичное обоснование модели анимационной программы «Собираемся в поход» отражено на рисунке 1.

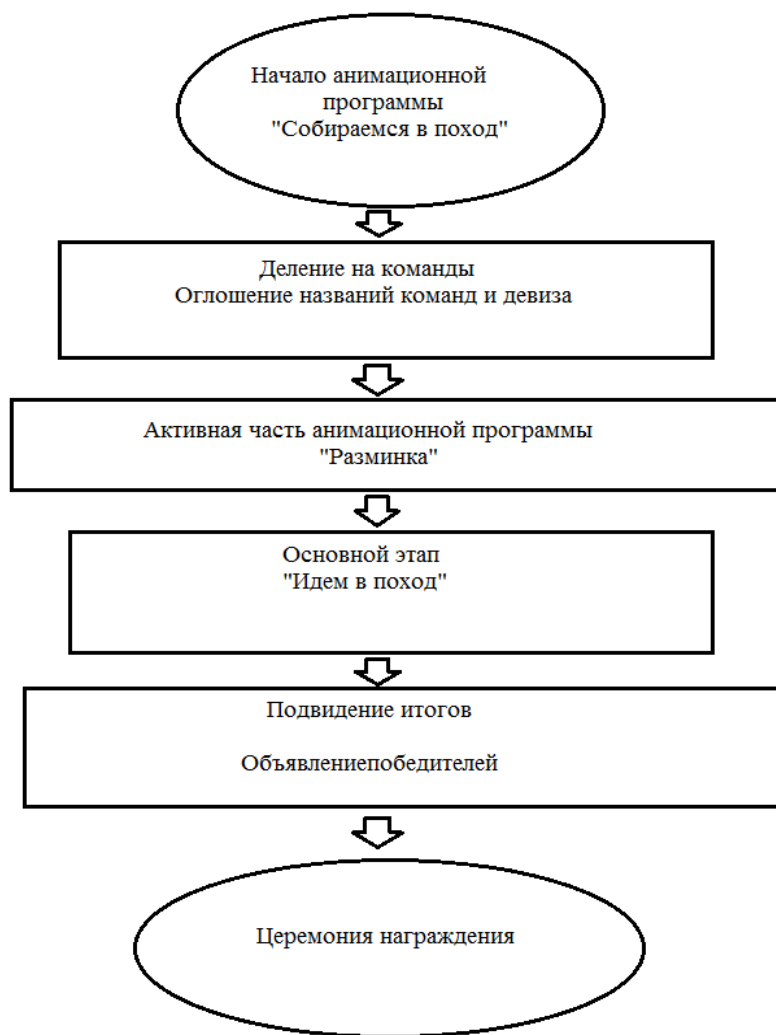


Рисунок 1 – Схема анимационной программы «Собираемся в поход»

Выводы по главе один

Анимация (animation–anim: душа – одушевление, оживление) – специальный вид культурно – досуговой деятельности социальных групп и отдельных индивидов, учрежденный на современных педагогических и психологических спец технологиях активизации окружающей социальной среды и включенных в нее субъектов.

Анимация – новое направление в туристской и курортной деятельности, полагающее как зрительское (пассивное), так и собственное участие отдыхающих

в игровых и театрализованных шоу- программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях.

Целью анимации является обеспечение полноценного отдыха, наполнение души и тела необходимой жизненной энергией.

Социокультурная анимация в современном российском обществе представлена в основном как деятельность по развлечению детей и взрослых, в то время как ее подлинное значение выходит за пределы этой роли

В первом пункте теоретической главы дано развернутое определение анимации и выявлены предпосылки ее возникновения; рассмотрены типы и виды анимационных программ, влияющих на эмоциональный фон отдыхающих; охарактеризованы виды анимации по характеристике и типам анимационных программ

Под технологией творения анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, приборов и приспособлений). Проблема качества педагогической анимации зависит от ее содержания.

Во втором пункте теоретической главы рассмотрены технологии и этапы проведения анимационных программ, а также возрастные отличия участников анимационных программ.

Ключевая фигура анимационной программы для детей – собственно, сам аниматор. Это специалист, занимающийся разработкой анимационных программ, и он должен учитывать все возрастные, педагогические, содержательные требования как к самой программе, так и к ее исполнению

Технологическая разработка программы осуществлялась в соответствии с ГОСТ 50681–2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».

2 РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ «СОБИРАЕМСЯ В ПОХОД»

2.1 Характеристика анимационной программы

Туристская анимация – это одна из важных частей совокупной деятельности на туристском предприятии, наиглавнейшая часть турпродукта. Целью туристской анимации является удовлетворенность путешественника отдыхом - его превосходное настроение, положительные впечатления, возобновление нравственных и физических сил. В этом и заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации.

Реализация анимационных программ зависит от профессионального мастерства постановщика и режиссера анимационной программы в сфере туристической деятельности, которое определяется умением отыскать наиболее оптимальные и приемлемые способы воздействия на личность туриста, удовлетворения его потребностей и интересов на основе применения универсальных, пригодных для различных организационно-экономических условий и методов, представляющих собой определенные закономерности, устойчивые и верные правила функционирования технологического процесса.

Для сознания анимационной программы, недостаточно только хорошо разбираться в законах ее драматургического построения. Необходимо понимать и знать возможности каждого выразительного средства, уметь использовать возможности методов художественного монтажа, иллюстрирования, театрализации игры. С помощью этих методов и выразительных различных средств создается, т.е. из проекта переходит в реальную конструкцию анимационная программа, в которой решаются социально-педагогические и психологические задачи.

Создание сценария анимационной программы и его воплощение в реальность очень творческий процесс, требующий выдумки, фантазии, оригинальных

приемов организации действия. Он должен обладать действенностью и зрелищностью (зрелище в анимации должно быть захватывающим и увлекательным), носить характер «зримого сценария», т. е. быть не просто литературно описательным, а предвидеть все эпизоды, узловые моменты действия и то, как они будут происходить.

Сценарий анимационной программы специфичен. Его специфика заключается в том, что это не просто художественное произведение, а развернутый план действий, включающий разнообразнейшие элементы, каждый из которых имеет свое содержание и структуру.

Спортивно-развлекательные программы ориентированы на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечение туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания.

Анимационная программа «Собираемся в поход», сценарий которой представлен в приложении А.

Цель программы: создать хорошее настроение, поднять тонус мышц, сплочение коллектива. Научить участников видеть причины удач и неудач в выполнении какого-либо этапа, привить навыки анализа совместной деятельности и любви к спорту и туризму.

Задачи:

- развивать ловкость, быстроту реакции;
- привитие любви и интереса к природе, спорту, туризму;
- воспитывать чувство коллективизма, уважение друг к другу;

Предположительное время проведения: июнь 2018 г.

Участники: в эстафете участвуют 2 команды.

Разбиение на команды производится путем жеребьевки:

Команда учеников ...класса «Название придумывает команда»;

Команда учеников ...класса «Название придумывает команда».

Игровые пункты размещены в спортивном зале. На каждой станции в зависимости от правильности выполнения полученного на ней задания участники получают 1 балл. Мероприятие состоит из двух частей:

1) спортивная эстафета «Разминка» (подготовка к туристкой полосе).

Разминка – комплекс упражнений необходимый для подготовки тела для физической нагрузки, который поможет избежать травм и провести анимацию наиболее эффективно. Подготовка к туристкой полосе;

2) туристская полоса «Идем в поход».

Соревнование участников, заключается в командном прохождении туристской полосы с преодолением искусственных препятствий, большая часть которых часто встречается в походах.

Анимационная программа начинается с торжественного построения.

Предварительная работа: Каждая команда готовит название и девиз для своей команды.

Оборудование:

- гимнастические скамейки – 2 шт;
- обручи – 2 шт;
- корзинки – 2 шт;
- мячики пластмассовые – по количеству участников;
- д/и «Костры», «Собери рюкзак», спортивный кроссворд;
- конверты с буквами – 2 шт.;
- спальники – 2 шт;
- коврики резиновые- 4 шт;
- секундомеры – 2 шт.

В конце анимационной программы детям вручались сладкие призы, а так же сувениры: ручки, линейки, карандаши, которые так необходимы им в учебном процессе.

Так же при организации подобных мероприятий необходимо не забывать не только об организационных моментах, но и обо всех финансовых затратах программы.

2.2 Себестоимость анимационной программы

В данной главе ВКР будет произведен расчет себестоимости и точки безубыточности анимационной программы «Собираемся в поход».

Для расчета себестоимости разработки анимационной программы необходимо рассчитать затраты на её создание.

В себестоимость анимационной программы включаются затраты, связанные с ее проведением, это временные затраты, являющиеся одной из основных статей калькуляции себестоимости разработки, затраты на материалы, используемые в ходе экскурсии и косвенные затраты.

1) Временные затраты:

Таблица 1.– Временные затраты

Вид выполняемой работы	Трудоемкость, час
Изучение литературы по тематике анимационной программы	3
Сбор информации в интернете	3
Разработка и написание сценария	5
Подготовка информационного материала	5
Распечатка текста и материалов	0,5
Вырезка	0,5
Всего	17

Итого, если сложить все время, затраченное на подготовку к анимационной программе, получится 17 часов в месяц.

Чтобы рассчитать то, сколько должен получать менеджер по туризму за 1 час разработки данной анимации нужно применить следующую формулу:

$$S_{ч} = CЗП_p / СП_p \quad (2)$$

где $CЗП_p$ – средняя заработанная плата,

а $S_{ч}$ – почасовая оплата.

Средняя зарплата менеджера по туризму в городе Челябинске составляет около 15000 рублей в месяц.

Применив формулу выше, мы получим следующий результат:

$$15000 / 148 = 101,4 \text{ руб.}$$

Для того чтобы узнать сколько получит менеджер по туризму за время, затраченное на каждый вид проделанной работы при разработке анимационной программы «Собираемся в поход» необходимо применить следующую формулу:

$$ЗП = S_{ч} * N \quad (3)$$

где N – время, затраченное на выполнение одного вида действия при разработке анимационной программы в месяц; $ЗП$ – заработная плата.

Таблица 2– Заработанная плата

Вид выполняемой работы	Общая стоимость
Изучение литературы по тематике анимационной программы	304,2
Сбор информации в интернете	304,2
Разработка и написание сценария	507
Подготовка информационного материала	507
Вырезка	50,7
Распечатка текста и материалов	50,7
Всего	1723,8

Итого: затраты на оплату труда составляют – 1723,8 руб.

2) Материальные затраты.

Таблица 3– Материальные затраты

Материалы	Стоимость, руб.
Конверты с буквами	200
Аренда помещения	–
Аренда технического оборудования (ноутбук/компьютер/мультимедиа проектор/экран)	–
Всего	200

При расчете не учитывалась сумма аренды помещения и технического оборудования, так как анимационная программа будет проводиться в спортивном зале школы.

Итого: материальные затраты составляют – 200 руб.

3) Калькуляция себестоимости

Себестоимость будет равна:

Таблица 4 – Себестоимость анимационной программы

Статьи калькуляции	Калькуляция затрат на разработку анимационной программы, руб.
Затраты на оплату труда	1723,8
Материальные затраты	200
Итого	1923,8

Итого: себестоимость анимационной программы составила 1923,8 рублей.

Теперь необходимо узнать за какую цену можно будет продать эту анимацию.

Для этого найдём 20% от себестоимости и сложим их вместе.

$$1923,8 + 20\% = 2693,32 \text{ руб.}$$

Таким образом, стоимость анимационной программы «Собираемся в поход» составила 2693,32руб.

Примерное количество участников анимационной программы – 24 человека. Стоимость 2693,32 рублей –на всю группу, соответственно стоимость на 1 человека – 112,22 рублей.

2.3 Обеспечение безопасности анимационной программы

Основным документом туристских фирм является Федеральный закон № 132-ФЗ от 24.11.96 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», который определяет основные понятия в сфере туризма. Согласно ему под безопасностью в туризме подразумевается личная безопасность туристов, сохранность их имущества и не нанесение ущерба окружающей природной среде при совершении путешествий и походов.

В узком смысле безопасность туризма включает в себя личную безопасность туристов и сохранность их имущества и ценностей. В широком значении

безопасность туризма – это защищенность жизненно важных интересов участников туристского процесса, предпринимателей туристской индустрии, самостоятельных туристов, потребителей услуг туристской индустрии, работников и социальных общностей туристской индустрии от возможности внутренних и внешних угроз безопасности, а также защищенность окружающей среды от негативных факторов, обусловленных развитием туризма.

ГОСТ Р 50690–2000 «Туристские услуги. Общие требования» устанавливает общие требования к туристским услугам, требования безопасности для жизни, здоровья туристов, сохранности их имущества и охраны окружающей среды.

Туристские услуги должны учитывать интересы туристов, быть безопасными для жизни, здоровья туристов и соответствовать требованиям ГОСТ 28681.3/ГОСТ Р 50644 туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

В соответствии со Стратегией национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года органы исполнительной власти являются одним из энергичных субъектов обеспечения безопасности.

Они коллективно с органами местного самоуправления проводят в жизнь мероприятия по организации и осуществлению комплекса мер, направленных на решение задач безопасности.

В реальное время безопасность становится неременным условием и одним из критериев эффективности и результативности деятельности учреждения. Это обусловлено многочисленными фактами: смерть во время пожаров, чрезвычайные обстановки преступного характера, дорожно-транспортные происшествия, травматизм, терроризм - все это оборачивается невосполнимыми потерями жизни и здоровья занимающихся и персонала учреждений, тяжелыми психологическими травмами.

Система комплексной безопасности подразумевает состояние защищенности учреждения от реальных и прогнозируемых угроз общественного, техногенного и природного характера, обеспечивающее его безопасное функционирование.

Поэтому нет важнее задачи для учреждения, чем обеспечение безвредных условий проведения учебно-тренировочного процесса, которые полагают гарантии сохранения жизни и здоровья школьников.

Теоретические аспекты решения проблемы безопасности образования разработаны Б. А. Адохиным, В. М. Алексеевым, В. Н. Бутовым, С. И. Высоцкой. Исследователи рассматривают культуру безопасности здоровья школьников как: совокупность знаний о безопасности жизнедеятельности человека, нормах и правилах безвредного поведения, осознанного отношения к жизни и здоровью человека, умений и навыков по сбережению своей жизни, поддержанию здоровья, адекватному поведению в разных жизненных ситуациях как: образовательную среду формирования культуры БЖ детей, которая должна быть представлена комплексом условий, оказывающих прямое и косвенное воздействие на становление, осознание и развитие идеологии безопасного поведения и обитания ребенка в современных условиях, на состояние его физического и психического здоровья, а также на деятельность всех участников образовательного процесса.

Под культурно-массовым мероприятием понимается массовое мероприятие, направленное на удовлетворение духовных, эстетических, интеллектуальных и других потребностей населения в сфере культуры и досуга, способствующее приобщению граждан к культурным ценностям, проводимое в специально определенных для этого местах (в помещениях, на территориях, а также в зданиях, сооружениях, на прилегающих к ним территориях, предназначенных (в том числе временно) или подготовленных для проведения такого мероприятия).

Массовые мероприятия представляют собой скопление людей, объединенных общими духовными, политическими или физическими потребностями, причем потенциальная опасность возможна в каждом из них (большая вероятность конфликтов, паники, истерик, жертв). В школе очень важное значения имеет проведение массовых мероприятий для полноценного развитие ребёнка. Соревнуясь, ребёнок показывает свои двигательные способности. На спортивных мероприятиях ребёнок раскрепощается, показывает свои таланты. Здесь самое

основное это эмоциональный настрой. При организации массовых мероприятий нужно учитывать возрастной период и необыкновенности детей. К массовым мероприятиям относятся различные формы - это соревнования в виде веселой эстафеты, театрального представления со спортивной направленностью, туристические слёты, олимпийские уроки, первенство по спортивным забавам, школьные игротеки.

Создание системы обеспечения безопасности участников в общеобразовательной организации предусматривает следующий порядок действий:

- выявление угроз жизни и здоровью участников массовых мероприятий и сопутствующих этому рисков, связанных с деятельностью образовательной организации;
- выработка политики обеспечения безопасности;
- разработка организационной схемы, определение целей и задач, соответствующих выработанной политике, применительно к каждой функции и уровню управления в образовательной организации, установление приоритетов;
- планирование показателей, характеризующих безопасность проведения массовых мероприятий;
- осуществление контроля состояния безопасности во внеурочной деятельности;
- анализ функционирования системы обеспечения безопасности в образовательном пространстве, оценка соответствия системы принятых мероприятий и последовательное их выполнение;
- осуществление необходимой корректировки и предупредительных действий, а также адаптацию к изменяющимся обстоятельствам во время внеурочной деятельности

Основными задачами профилактических мероприятий являются:

- осуществление нормативно-правового регулирования в сфере профилактики детского травматизма во время проведения массовых мероприятий;

- формирование единого профилактического пространства путём объединения усилий всех участников профилактической работы в образовательной организации;

- обучение и повышение квалификации педагогических работников формам и методам работы по профилактике детского травматизма;

- создание системы информационно-методического сопровождения деятельности в профилактике детского травматизма;

- профилактика несчастных случаев с обучающимися в ходе образовательного процесса, а также при проведении различных мероприятий в рамках образовательного процесса.

Инструкция по оказанию первой помощи в случае несчастных случаях при проведении анимационной программы.

Безопасность образовательного учреждения – это условия сохранения жизни и здоровья обучающихся, воспитанников и преподавательский состав а также материальных ценностей образовательного учреждения от возможных несчастных случаев, таких как: пожар, аварий и других чрезвычайных ситуаций. Безопасность образовательного учреждения включает в себя такие виды безопасности как: пожарная безопасность, электрическая безопасность, взрывобезопасность, безопасность связанная с техническим состоянием среды обитания.

1) При переломах:

- уменьшить подвижность в месте перелома и наложить шину. При открытых переломах –как можно быстрее остановить кровотечение, положить стерильную повязку и шину.

- при переломах позвоночника – транспортировать исключительно на животе с подложенной под грудь подушкой.

2) При поражении электрическим током:

- немедленно выключить рубильник тем самым прекратив действие электрического тока и снять с пострадавшего сухой тканью;

– оказывающий помощь должен обеспечить себя от угрозы тока, обернув руки сухой тряпкой, встав на сухую поверхность или доску.

– теплое питье

– на место ожога наложить сухую повязку;

3) При вывихах:

– сделать тугую повязку эластичным бинтом.

– наложить холодный компресс на место вывиха;

4) При обмороке:

– уложить пострадавшего на спину с запрокинутой назад головой и приподнятыми нижними ногами;

– предоставить максимум свежего воздуха;

– расстегнуть воротник, пояс и другую тугую одежду;

5) Кровотечение из носа:

– обеспечить доступ свежего воздуха;

– запрокинуть голову;

– Наложить холод на область переносицы;

Особенно большое внимание мы должны уделять безопасности во время подготовки и проведения массовых мероприятий, которых всегда бывает очень много в любой школе. И именно во время этих мероприятий и случаются, как правило, все чрезвычайные происшествия.

Перед началом проведения мероприятия со всеми сотрудниками образовательного учреждения, участвующими в его проведении проводится инструктаж по мерам безопасности, а также целевой инструктаж по пожарной безопасности. Кроме того, перед непосредственным началом проведения массового мероприятия целесообразно провести обследование места его проведения, определить пригодность помещений к началу его проведения, уточнить полноту соблюдения мер пожарной безопасности и принять меры к устранению выявленных недостатков.

Выводы по главе два

Туристская анимация – это наиважнейшая часть совокупной деятельности на туристском предприятии, важнейшая часть турпродукта. Конечной целью туристской анимации является удовлетворенность туриста отдыхом - его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции туристской анимации.

В главетехнико- экономическое обоснование был произведен расчет себестоимости и точки безубыточности анимационной программы «Собираемся в поход».

Для расчета себестоимости разработки анимационной программы были рассчитаны затраты на её создание. Была посчитана средняя продолжительность рабочего времени в месяц.

В технико- экономической главе дипломной работы была рассчитана себестоимость анимационной программы «Собираемся в поход». Она составила 1923,8 рублей на человека, также рассчитана точка безубыточности тура и сделан вывод о том, что она составляет 36 анимационных программ, при данном количестве постоянных расходов, равных 135600 рублей. Минимальное количество туристов в группе должно быть не менее 30 человека.

В главе обеспечение безопасности туристов были представлены ГОСТы и варианты обеспечения наилучшей безопасности в ходе проведения анимационной программы.

Для уменьшения рисков, возникающих в процессе обслуживания туристов, до безопасного уровня туристская организация в процессе своей деятельности должна руководствоваться действующими законодательными нормативными документами по обеспечению безопасности жизни, здоровья и имущества туристов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разобрав структуру школьной анимационной программы со всеми ее особенностями, можно сказать о ее значимости в развитии детей, подрастающего поколения.

Анимация имеет место быть в общеобразовательных учреждениях, а не только в курортных санаториях, базах отдыха и так далее. Она способна вдохновлять детей.

В процессе работы я пришел к следующим выводам:

1) роль анимационных программ в жизни людей достаточно велико, это и отдых, веселье, и познание себя с творческой стороны;

2) важное значение анимационная программа имеет и для школьников среднего возраста, состоящая из познавательных и развлекательных программ школьной и внеклассной программы;

3) так как анимационный сервис охватывает широкий спектр анимационной деятельности, то необходимо помнить о том, что существуют различия постановки анимационных мероприятий, не только между людьми, но и между организациями и учреждениями, в которых планируется проведение анимационных мероприятий;

4) анимационная деятельность – это совершенно новое направление в индустрии развлечения и досуга для людей. Анимация как фактор социальной активности выступает в качестве формы и метода изучения сложившейся ситуации, требующей профессионально подготовленных специалистов данного направления общественной деятельности;

5) огромный плюс анимации в том, что она, благодаря навыков грамотных аниматоров, способна вовлечь людей в игровой процесс, позволяет проявить себя и основывается на личных контактах аниматоров с людьми. Конечной целью такой программы является удовлетворенность участников, человеческих

потребностей в отдыхе, хорошее настроение, и положительные впечатления от анимации;

б) подробно изучив поведение детей среднего школьного возраста и их особенности, можно сделать вывод что для детей школьного возраста важен процесс развития и общения со сверстниками. Постановка анимационных программ может быть самой разнообразной, начиная от программ построенных по мотивам легенд и сказок, и заканчивая познавательными , или спортивно-оздоровительными программами.

Подробно изучив технологию анимационных программ, можно сделать вывод, что она активно реализуется и в сфере туризма , спортивно-оздоровительного отдыха, санаториях, гостиничных комплексах, домах и базах отдыха, музеев, театров , выставок, культурно- досуговых центрах, центрах семейного досуга, летних и зимних лагерях отдыха, а так же в работе социально- педагогических учреждений .

Так по оценкам специалистов индустрии развлечения и гостеприимства, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание общеобразовательный процесс детей, а так же приобщение данной отрасли развлечений к другим общеобразовательным учреждениям, играет не мало важную роль в развитии детей , и приобщает их к искусству и культуре через игру и общение.

Анимационные программы одновременно с чисто развлекательным характером включают разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования. Такое сочетание делает эти программы более насыщенными, интересными, и полезными для укрепления и восстановления здоровья, поэтому во взаимосвязи туристкой анимации и спорта чаще всего и достигается наибольший восстановительно-оздоровительный эффект у участников.

Развлекаясь и погружаясь в анимационный процесс, будь то школьники среднего возраста или просто группа людей, тем самым они удовлетворяют свои

духовные и физические потребности, оценивают собственную личность, анализируют свою роль в масштабах различных подсистем.

Процессы анимационных программ и развлечений осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке.

Для проведения и организации программ для школьников необходима тщательная подготовка сценария, оснащения и реквизитов. Для того чтобы программа прошла слаженно и хорошо. Именно это способно заинтересовать детей, привлечь их, завоевать доверие, и погрузить в процесс анимационной программы.

Следует сделать выводы что:

1) анимационные программы для школьников способствуют активному включению детей в различные виды анимационной деятельности;

2) анимационные программы удовлетворяют потребности школьников в общении, развлечениях, способствуют активному и подвижному отдыху, эмоциональной разрядки;

3) анимационные программы заметно повышают интерес людей к месту предоставления анимационных программ, предлагающим такие виды общения с детьми, что во многом способствует развитию анимационных программ и анимации в целом.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аванесова, Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: учебное пособие для студентов вузов/ Г.А. Аванесова. – М.: Прогресс Пресс, 2006. – 246 с.
- 2 Аносов, А.М. Легко на сердце: роль, значение и технология культурно-анимационного сервиса в местах туристского размещения. Рос. предпринимательство, 2008. – 293 с.
- 3 Андреева, А.Ю. Технологии социально-культурной анимации как средство патриотического воспитания школьников :автореф. дис./ А.Ю. Андреева. – 3-е изд. – Тамбов: Тамбов. гос. ун-т, 2009. – 28 с.
- 4 Аносов, А.М. Легко на сердце: роль, значение и технология культурно-досугового сервиса/ А.М. Аносов// Российское предпринимательство. 2007. – № 2. – С. 173–176.
- 5 Андреева, А.Ю. Технологии социально-культурной анимации как средство патриотического воспитания молодежи : автореф. дис./ А.Ю. Андреева. – Тамбов: гос.ун-т., 2008. – 29 с.
- 6 Булыгина, И.И. «Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях». Теория и практика физической культуры. Научно-теоретический журнал/ И. И. Булыгина. – М.: Прогресс, 2009.– 296с.
- 7 Безопасность туризма : учебник / А.Г. Бобкова, С.А. Кудреватых, Е.Л. Писаревский; под общ. ред. д-ра юрид. наук Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 272 с.
- 8 Биржаков, М.Б. Анимация как разновидность туристских услуг в сфере досуговой деятельности/ М.Б. Биржаков. Национальный туристский журнал «ТуристскиеФирмы», 2006. – 241с.
- 9 Власова, Т.И. Анимационный менеджмент в туризме: учебное пособие/ Т.И. Власова, А.П. Шарухин, Н.И. Панов. – М. :Издат. центр «Академия», 2009. – 278 с.

- 10 Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: учеб. пособие/ Т.И. Гальперина; Рос. междунар. академия туризма. – М.: Сов. спорт, 2008. – 272 с.
- 11 Гордеева, Л.В. Анимация как услуга туристического бизнеса/ Л.В. Гордеева// Вестн. Казан. гос. ун-та культуры и искусств. – 2008. – 249с.
- 12 Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых и анимационных программ/ Т.И. Гальперина. – М.: Советский спорт, 2009. – 251 с.
- 13 Жарков, А.Д. Современные технологии социально-культурной деятельности/ А.Д. Жарков. – М., 2003. – 210 с.
- 14 Кривуля, Н.Г. Анимация в эпоху инновационных трансформаций: материалы V междунар.конференции; под ред. Н.Г. Кривуля. – М.: ВГИК, 2008. – 347 с.
- 15 Киселева, Т.Г. Социально-культурная деятельность/ Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников. – М., 2004. – 539 с.
- 16 Лойко, О.Т. Сервисная деятельность: учебное пособие/ О.Т. Лойко. – М.:Издат. центр «Академия», 2010. – 290 с.
- 17 Менеджмент туризма: учебник/ А.Д. Чудновский, Н.В. Королев, Е.А. Гаврилова, М.А. Жукова, Н.А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
- 18 Основы туризма: учебник/ коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.
- 19 Приезжева, Е.М. Анимационный менеджмент: учебное пособие / Е.М. Приезжева; Рос. междунар. акад. туризма. - М.: Сов. спорт, 2007. – 274 с.
- 20 Статистика туризма: учебник/ коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 464 с.
- 21 Третьякова, Т.Н. Анимационная деятельность в Социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие/ Т.Н. Третьякова. – Москва: Изд-во «Академия», 2008. – С. 27–217.

22 Тарасов, Л.В. Социально-культурная анимация, современность / Л.В. Тарасов. – М.: Одухотворение, 2007. – 138 с.

23 Шульга, И.И. Педагогическая анимация: развитие профессионального образования организаторов культурно-досуговой деятельности / И.И. Шульга. – Новосибирск: НГПУ, 2010. – 189 с.

24 Эльконин, Д.Б. Психология игры / Д.Б. Эльконин. – М.: Педагогика, 1989. – 303 с.

25 ГОСТ Р 50681–2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг [электронный ресурс]. – Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-50681-2010> (дата обращения: 07.06.18).

26 ГОСТ Р 53522–2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения [электронный ресурс]. – Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/1200077638> (дата обращения: 07.06.18).

27 ГОСТ 32611–2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов [электронный ресурс]. – Режим доступа <http://docs.cntd.ru/document/1200110997> (дата обращения: 07.06.18).

28 ГОСТ Р 56643–2015 Туристские услуги. Личная безопасность туриста [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200124944>

29 ГОСТ Р 54601–2011 Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200094461> (дата обращения: 07.06.18).

30 Концепция развития туризма [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://skazmurman.narod.ru/library/pasp_reg/pasp_reg.html. (дата обращения: 07.06.18).

31 Спортивная детско-юношеская школа олимпийского резерва [электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ski-season.ru/resorts/russia/11/4.html>. (дата обращения: 07.06.18).

32 Страхование от несчастных случаев [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.acko.ru/zhizn_nesch.html.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Сценарий анимационной программы

Анимационная программа «Собираемся в поход»

Цель анимационной программы : Создать хорошее настроение, поднять тонус мышц, сплочение коллектива. Научить участников видеть причины удач и неудач в выполнении какого-либо этапа, привить навыки любви к спорту и туризму.

Задачи:

- Развивать ловкость, быстроту реакции.
- Привитие любви и интереса к природе, спорту, туризму.
- Воспитывать чувство коллективизма, уважение друг к другу.

Время проведения: Июнь 2018г

Участники: в эстафете участвуют 2 команды 11-12 лет.

разбиения на команды производится путем жеребьевки

Команда учеников ...класса «Название придумывает команда»;

Команда учеников ...класса «Название придумывает команда».

Игровые пункты размещены в спортивном зале. На каждом этапе в зависимости от быстроты и качества выполнения полученного на ней задания участники получают 1 балл. Мероприятие состоит из двух частей:

1. Спортивная эстафета «Разминка» (подготовка к туристкой полосе).
2. Туристская полоса «Идем в поход».

Анимационная программа начинается с торжественного построения.

Предварительная работа: Каждая команда готовит название и девиз для своей команды.

Оборудование:

- гимнастические скамейки – 2 шт;
- обручи – 2 шт;
- корзины – 2 шт;

- мячики пластмассовые – по количеству участников;
- д/и «Костры», «Собери рюкзак», спортивный кроссворд;
- конверты с буквами – 2 шт.;
- коврики резиновые- 4 шт;
- спальники – 2 шт;
- секундомеры – 2 шт

Ход анимации

Ведущий – главный судья:

– Здравствуйте участники соревнований! На сегодняшнем мероприятии вам предстоит показать все свои умения и знания и сделать вывод, без чего нельзя жить в одной большой семье.

Наше мероприятие состоит из двух частей:

- спортивная эстафета «Разминка»(подготовка к туристской полосе).
- туристская полоса «Идем в поход».

Ваши результаты будут оценивать жюри.

Мои помощники будут помогать мне.

Главный судья:

- Команды прошу занять свои места, в одну колонну стройся.
- Капитанам поочередно представить свою команду.

Законы игры:

- три свистка – молчок;
- поддерживать участников добрыми словами.
- после выполнения задания всей командой поднять руки вверх;
- передача эстафеты – касанием руки друг друга;
- выполнять внимательно и четко.
- побеждает команда которая первой закончит эстафету.

Приступаем к выполнению первого этапа «Разминка» (подготовка к походу).

Я начну, а вы кончайте
дружно хором отвечайте:
Игра веселая – футбол,
Уже забили первый __ ГОЛ.

Вот разбежался сильно кто-то
И без мяча влетел __ В ворота.
Петя мяч ногою хлоп –
И угодил мальчишке __ В лоб.

Хохочет весело мальчишка,
На лбу растет большая __ Шишка.
Но парню шишка нипочем,
Опять бежит он за __ Мячом.

1. Передача мяча над головой.

Первый игрок передает мяч второму и так далее, после того как последний игрок получит мяч, он бежит и встает перед первым игроком, игра продолжается до тех пор, пока первый игрок снова встанет обратно на свое место.

2. «Меткий стрелок»

Первые участники добегают до определенного места где лежат мячики и бросают в корзину. Каждый игрок бросает один мячик. Сколько попаданий, столько и баллов.

3. «Сквозь игольное ушко».

Первый участник бежит до обруча, продевает его через себя, оставляет на

линии, и бежит к своей команде, передача эстафеты производится касанием руки.

4. «Сороконожка».

Первые участники бегут до стойки, обегают стойку и возвращаются к команде, вторые участники цепляются за первых и они вдвоем бегут, самое главное не падать и не отцеплять руки, затем третьи участники цепляются ко вторым и так далее.

После того как разминка закончилась предоставляется слово жюри.

Туристская полоса «Идем в поход».

Ведущий: Замечательно! Я вижу, вы настоящие друзья спорта, а теперь собираемся в поход, где нас ждут преграды и препятствия.

Без нужных вещей в походе не обойтись, найдите среди всех самые необходимые и сложите их в рюкзак, за каждую правильную карточку – балл.

1. «Собери рюкзак».

Цель: из предлагаемых вещей положить в рюкзак те которые пригодятся в дальнейшем походе. Каждый участник добегают до места, где находятся карточки с рюкзаком и отбирают одну, кладут ее в рюкзак, обратно – бегом.

Собрали рюкзак и оправились в поход. А в походе столько препятствий и преград, которые вам предстоит преодолеть.

2. «Переправа».

Цель: переправиться с одного берега на другой.

Команды участвуют в полном составе, строятся в колонну по одному. На расстоянии 10 м стоят гимнастические скамейки. По сигналу участнику необходимо боком, приставным шагом перейти на другой берег, если участник падает, то он выполняет задание повторно, обратно возвращается бегом.

3. «Кочки».

Цель: переправиться по кочкам, не наступив на землю.

Каждой команде дается два коврика, переставляя коврики поочередно добраться до окончания полосы, а обратно – бегом. Выигрывает та команда, которая быстро и без ошибок выполнит задание.

Все переправы преодолели пора развести костер и приготовить пищу.

4. «Собери костер» – пазлы.

Кто быстрее соберет костер.

Поели, навели чистоту можно и отдохнут.

5. «Отбой».

Цель: максимально быстро снять обувь и лечь в спальник.

Правильное выполнение – участникам нужно полностью лечь в спальник, лечь, затем вылезет из него и расправит , обуться и передать эстафету следующему участнику.

6.«Штурм высоты».

Цель: Капитанам команд необходимо взобраться на высоту, где находится конверт с буквами.

По сигналу «Взять высоту!» капитаны выполняют задание, как только капитан вернется к команде, вся команда собирает слово из букв.

Команда собравшая быстрее слово из букв выигрывает.

Вот и закончилась игра.

Расходиться нам пора

На табло взгляните все –

Подведем итог игре.

Объявляется итог.

Так в заключении скажите, без чего нельзя прожить ... Без ДРУЖБЫ !

И настает момент прощанья

И будет краткой наша речь,

Мы говорим вам: до свиданья

До скорых интересных встреч!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Реклама туристского продукта

Объектом рекламирования в туристской индустрии является туристский продукт или отдельная туристская услуга, предназначенная для реализации туристам, а также организации туристской индустрии.

Реклама в туризме осуществляется в таких формах как: издание каталогов, в том числе в электронном виде, буклетов, листовок, проведение PR-акций, Web-страницы турагентов и объектов туристской индустрии в Интернете, размещение информации в СМИ, наружная реклама (растяжки, рекламные щиты и др.), рассылка электронных сообщений с целью продвижения и реализации туристского продукта, проведение туристских выставок, ярмарок, анимационных программ, праздников, вечеров и других мероприятий.

К необходимой информации в туристской индустрии относятся:

- сведения о туроператоре и тур агенте, формах и методах обслуживания туристов, уровне комфорта (классе, категории обслуживания), номенклатуре туристских услуг (средствах размещения, предприятиях питания), их стоимости и т.п.;

- сведения об организации, предоставившей финансовое обеспечение туроператору, размере финансового обеспечения;

- сведения о необходимости получения визы, порядок оформления загранпаспорта и визы и др.;

- программы обслуживания туристов во время путешествия, памятки, инструкции о поведении в обычных и чрезвычайных ситуациях на маршруте и другие инструкции, в том числе информация о категории объектов туристской индустрии.

К ссылочной данных в туриндустрии причисляют данные о номенклатуре предоставляемых туристских услуг, статистические сведения о формировании туризма и труде компаний туристской промышленности, единые данные о участке временного присутствия, предметах демонстрации, медикаментах размещения путешественников, сведения о атмосферных обстоятельствах, климате, природоохранной ситуации и др.

К сопутствующих данных в туриндустрии причисляют информативные использованные материалы, дополняющие познания и понятия путешественника о поездке, участке скоротечного присутствия и др., подобные как нужные рекомендации, адвокатские справки и консультации, отклики путешественников и т.п. Реклама туристского провианта в туристкой промышленности обязана являться честной, четкой, важной и отвечать условиям Российской федерации.