СБОРНИК ЗАДАНИЙ
ПО ФОРМИРОВАНИЮ
ЧИТАТЕЛЬСКОЙ ГРАМОТНОСТИ

8-9 классы

Авторы:

С.В.Кацай, И.Н.Катанова, А.В. Алёхина, Е.В.Егорова, О.В.Черникова, Ю.С.Березина, Г.К.Гайсина

Рецензенты:

Малышева Ирина Юрьевна, кандидат филологических наук,
доцент кафедры филологического образования ГБУ ДПО АППО
Сёмочкина Фарида Фаридовна,
директор ГБОУ гимназии №49

Технический редактор:

М.Г.Фоменко

Сборник задач по формированию читательской грамотности. 8–9 классы: Учебное пособие для общеобразовательных организаций.

Данное учебное пособие предназначено для использования как в учебном процессе, так и в курсе внеурочной деятельности. Сборник заданий по формированию читательской грамотности для 8–9 классов выполняет функцию одного из инструментов достижения образовательных результатов по предмету. В пособии представлены разнообразные комплексы заданий на текстовой основе, при выполнении которых обучающиеся активизируют навыки поиска, извлечения, интеграции, интерпретации, оценки и применения информации.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	**4**
ДИЗАЙНЕР ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИЙ	**7**
КОУЧ ПО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ЭКСКУРСОВОДОВ	**13**
РАЗРАБОТЧИК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ	**20**
РАЗРАБОТЧИК ТУРНАВИГАТОРОВ	**27**
КУРАТОР ОСОЗНАННОГО ЭКОТУРИЗМА	**33**
СЦЕНАРИСТ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА	**40**
КУРАТОР ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА	**45**
БРЕНД-МЕНЕДЖЕР ПРОСТРАНСТВА	**51**
ИГРОФИКАТОР ТУРИСТИЧЕСКОГО ОПЫТА	**55**
КЛЮЧИ	**62**
КОДИФИКАТОР	**64**

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учебное пособие для общеобразовательных организаций «Сборник заданий по формированию читательской грамотности. Русский язык. 8–9 классы» направлено на преодоление дефицитов в учебно-методическом обеспечении деятельности учителей русского языка и литературы в условиях внедрения и реализации обновленного федерального государственного образовательного стандарта основного общего образования (далее – ФГОС 2021).

Примерная рабочая программа основного общего образования по русскому языку для 5–9 классов образовательных организаций, одобренная решением Федерального учебно-методического объединения по общему образованию (протокол 3/21 от 27.09.2021 г.) (далее – ПРП ООО), в качестве одной из приоритетных целей изучения курса «Русский язык» в школе определила развитие у обучающихся функциональной грамотности: умений осуществлять информационный поиск, извлекать и преобразовывать необходимую информацию, интерпретировать, понимать и использовать тексты разных форматов (сплошной, несплошной текст, инфографика и др.); освоение стратегий и тактик информационно-смысловой переработки текста, овладение способами понимания текста, его назначения, общего смысла, коммуникативного намерения автора; логической структуры, роли языковых средств. Данные компетенции включены ПРП ООО в число предметных результатов освоения курса русского языка в основной школе.

В контрольно-измерительных материалах ЕГЭ, ОГЭ, во всероссийских проверочных работах по русскому языку, материалах отечественных исследований, проводимых в формате международных диагностических процедур области качества образования PIRLS и PISA, уже имеются задания на оценку гибких компетенций, связанных с личностными качествами обучающихся, их социальными навыками, ключевыми навыками чтения.

В ходе проведения исследований по методике PISA грамотность чтения проверяется при помощи специальных вопросов и заданий, при составлении которых учитываются уровни понимания текста (как его формы, так и содержания): низкий (найти и извлечь информацию); средний (интегрировать и интерпретировать сообщения текста); высокий (осмыслить и оценить содержание и форму текста). Чаще всего обучающиеся испытывают затруднения в умении понимать скрытую информацию, работать с подтекстом, осмысливать и оценивать содержание, а также форму текста.

В настоящем учебном пособии предложены следующие типы заданий:

– задания начального уровня сложности, построенные по типу тестовых заданий закрытого типа (задания с множественным выбором), направленные на формирование и

(/или) проверку у школьников умений нахождения и извлечения информации, содержащейся в тексте;

- задания среднего уровня сложности, предполагающие подготовку учеником развернутого ответа, на основе прочитанного;
- задания высокого уровня сложности, направленные на развитие творческих навыков обучающихся. Для выполнения таких заданий необходимо не только осмыслить и оценить содержание и форму прочитанного текста, но и привлечь внетекстовую информацию, использовать фоновые знания, показать умение работать с Интернет-ресурсами и т. п. Задания третьей группы формируют следующие навыки у обучающихся:
  - умение анализировать информацию условия задачи;
  - умение выделять главную информацию в тексте;
  - умение работать с неявно заданной информацией;
  - умение оценивать достаточность и достоверность представленной информации;
  - умение анализировать структуру текста;
  - умение устно и письменно осмысливать полученную информацию;
  - умение преобразовывать текстовую информацию с учётом цели дальнейшего использования;
  - умение применять информацию из текста в условиях изменённой ситуации.

При создании текстов для использования на уроках русского языка авторский коллектив придерживался следующих специальных принципов:

1) принципа коммуникативной значимости текста для формирования у обучающихся умений самостоятельной познавательно-практической деятельности. Этот принцип предполагает характеристику текстового материала по следующим параметрам:
   - относительное разнообразие текстов с точки зрения жанра, объема (макротексты, микротексты);
   - высокая информативность текста;
   - разнообразие видов текстов (сплошной, несплошной, смешанный, закрытый, открытый и др.), характера содержательной и смысловой информации, способа ее изложения и расположения в тексте, а также логической структуры текста, то есть его композиционно-речевой формы изложения;
   - соответствие текста виду чтения;
   - доступность текста с точки зрения используемых в нем языковых средств;

2) принцип педагогической значимости текста для формирования у обучающихся коммуникативных умений. Этот принцип означает наличие воспитывающего, развивающего и познавательно-практического потенциала в текстах с целью создания дополнительной мотивации, то есть соответствие отобранных текстов целям обучения; соответствие текстов идеям ранней профессиональной ориентации обучающихся.

При подготовке текстов авторы учебного пособия опирались на материалы «Атласа новых профессий», которые позволяют научить школьников пониманию того, как можно самостоятельно проложить дорогу к своей цели – профессии. В этом случае работа с текстовой информацией позволит не только поддерживать интерес к русскому языку, но и обеспечит формирование необходимых soft компетенций обучающихся (в обновленном ФГОС они заявлены как метапредметные и личностные результаты образования). Уже сейчас, а не только в мире будущего, размыты границы дисциплин. Обучающиеся должны владеть языком междисциплинарного общения, помогающим работать вместе людям из самых разных областей (экскурсоводу и программисту, учителю и экологу и др.).

В ходе работы педагоги опирались лишь на одно тематическое (содержательное) направление Атласа – раздел «Сфера гостеприимства». Этот выбор закономерен. Санкт-Петербург не только культурная столица России, но и крупнейший центр туризма.

Профессиональная ориентация школьников на выбор жизненного пути, связанный с туристической сферой, – значимое направление работы, в том числе и в аспекте овладения детьми навыками межкультурной коммуникации.

Актуализирована и оценка навыков чтения составных текстов, структура которых специфична по способу предъявления информации на основе тематического единства текстов разных видов. Для оценки заданий используется дихотомическая шкала для заданий с выбором ответа и с кратким ответом и политомическая для заданий с развернутым ответом (верный ответ, частично правильный ответ, неверный ответ).

Учебное пособие рекомендуется к использованию в обучающих целях педагогами на уроках и во внеурочной деятельности, а также администрацией школы для организации внутришкольного мониторинга функциональной грамотности учащихся 14–15 лет.

Малышева Ирина Юрьевна, к. филол. н.,
доцент кафедры филологического образования ГБУ ДПО АППО

ДИЗАЙНЕР ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИЙ

Ещё несколько десятилетий назад виртуальная реальность казалась лишь научно-фантастической концепцией. Теперь, благодаря современным технологиям, она стала частью нашей повседневной жизни. И это не волшебство, а научный прогресс, который может переместить человека в другие миры или эпохи, физически оставляя его в современной действительности. И всё это – заслуга, в том числе и дизайнеров дополненной реальности. Технологии пока не позволяют выгрузить сознание в виртуальный мир или полностью соединиться с цифровым аватаром, но виртуальная и дополненная реальности уже стали частью повседневности. Более того, они делают невозможное возможным: AR-гарнитуры дают нам суперзрение, встроенные аудиодатчики – суперслух, а виртуальный контент обогащает наше восприятие.

Дополненная реальность – созданный техническими средствами (планшетами, смартфонами, специальными очками, экранами и др.) мир, в котором виртуальные объекты в восприятии пользователя становятся частью действительности. У человека создается ощущение, что он видит что-то виртуальное в реальном мире. Дисплей показывает пользователю физический мир с добавленными виртуальными объектами.

Дизайнер дополненной реальности (AR) – это профессионал, разрабатывающий различные пласты дополненной реальности вокруг

определённой территории с учётом её ландшафта, исторического и культурного контекста. Например, он может создать несколько вариантов для Красной площади – времена Ивана Грозного, победный парад 1945 года и т.п. Или, например, поможет попасть в 1917 год – год огромных перемен в истории нашей страны, или в 50-60 годы двадцатого века – эпоху стиляг… Или придумать экскурсию по Петербургу Серебряного века, в ходе которой можно посмотреть виртуальные выступления Ахматовой и Мандельштама. С помощью этой технологии человек будет иметь возможность увидеть различные события, почувствовать себя их участником, прикоснуться к давно забытой истории или использовать технологии для решения практических задач.

Данный специалист должен обладать мультиязычностью, мультикультурностью, навыками художественного творчества, работы в сфере программирования и робототехники, а также опытом работы с искусственным интеллектом. Дизайнер дополненной реальности обязан мыслить креативно, хорошо разбираться в истории, задумываться над тем, как наглядно и ненавязчиво «упаковать» для туриста полезную информацию. Ему необходимо уметь вовремя определить потребности и желания клиентов, чтобы удовлетворить их с максимальной пользой, а в идеале превзойти ожидания и вызвать восторг, то есть быть клиентоориентированным.

Для дизайнеров дополненной реальности важны глубокие технические знания, специалисты должны неплохо разбираться в социально-культурных и географических аспектах, поэтому им нужно иметь хорошую память, склонность к системному обучению, быть настойчивым. Дизайнер AR выполняет сложную и кропотливую работу, занимаясь не только программированием, но и исторической реконструкцией, созданием искусственных образов. Поэтому в его характере переплетаются развитая фантазия и внимательность к деталям, скрупулезность и творческие задатки. Он обладает ответственностью, увлеченностью, склонностью к углубленному анализу, усидчивостью, профессиональной настойчивостью.

Дизайнеры дополненной реальности станут востребованы в компаниях, занимающихся разработкой разнообразных гаджетов, программ и приложений. Также их будут принимать в штат научно-исследовательские центры, онлайн-сервисы, государственные учреждения, киностудии, музеи, туристические агентства и представители других отраслей бизнеса.

Освоить эту интересную профессию можно в вузе, однако для AR-дизайна пока не открыты профильные направления подготовки. Сегодня вы можете получить необходимое образование, сделав выбор в пользу следующих программ: «Дизайн» с профилем «Графический дизайн»; «Информационные системы и технологии»; «Дизайн архитектурной среды»; «Прикладная информатика» с профилем «Прикладная информатика в компьютерном дизайне».

Профильным предметом для большинства перечисленных программ является математика, исключение – «Дизайн», где в приоритете литература. После получения высшего образования придется проходить обучение на курсах, много работать над собой, изучать опыт других специалистов, чтобы решать поставленные клиентами задачи.

Дизайнер дополненной среды – это отличная возможность идти в ногу со временем и подготовиться к будущему. Из-за COVID-19 рынок вакансий изменился. Специалисты, у которых есть возможность работать онлайн, стали очень цениться. Более того, сама разработка виртуальных приложений и программ сейчас находится на пике популярности. На данный момент технологии VR и AR чаще всего ассоциируются с играми, но они также имеют огромный потенциал для образования, сферы туризма. Работа с такими новыми технологиями позволяет выйти за рамки возможного.

Прогнозируется, что к 2026 году оборот VR-индустрии и AR-индустрии составит более 38 миллиардов долларов.

(По материалам Атласа новых профессий,
раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Дизайнер дополненной реальности при работе должен учитывать:

   А) ландшафт, исторический и культурный контекст;

   Б) количество строящихся зданий и их положение;

   В) особенности стиля уже имеющихся построек.

2. Дизайнеры дополненной реальности будут востребованы в компаниях, занимающихся разработкой:

   А) виртуальных карт местности;

   Б) онлайн карт-навигаторов;

   В) разнообразных гаджетов, программ и приложений.

3. Дополненная реальность – это

   А) это мир, не существующий на самом деле, созданный с помощью технических средств искусственно;

   Б) созданный техническими средствами мир, в котором виртуальные объекты в восприятии пользователя становятся частью реального мира;

   В) искусственный, не существующий в природе мир, в который человек может полностью «погрузиться» не только как наблюдатель, но и как участник.

4. Профильными предметами для поступления в вуз по программе AR является:

   А) русский язык и информатика;

   Б) математика и литература;

   В) история и биология.

5. Обратите внимание на слова мультикультурность, мультиязычность. Определите значение части сложного слова МУЛЬТИ:

   А) очень;

   Б) много;

   В) сверх.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему профессия дизайнера дополненной реальности перспективна? Обоснуйте свой ответ.
2. Объясните разницу между AR и VR. Какие функции выполняют данные специалисты?
3. Что значит «быть клиентоориентированным специалистом»?
4. Разъясните, как Вы понимаете значение слова «упаковать» в предложении *Дизайнер дополненной реальности должен мыслить креативно, хорошо разбираться в истории, задумываться над тем, как и ненавязчиво «упаковать» для туриста полезную информацию.*
5. «Плюсы» описанной профессии:

   – Профессия обладает высоким потенциалом.
   – Работа с современными технологиями и инновациями.
   – Деятельность заинтересует людей, склонных к гуманитарным и техническим наукам, любящим заниматься исследованиями
   – По прогнозам рекрутеров дизайнеры AR будут получать хорошие заработные платы.
   – Лучшие эксперты в сфере AR-дизайна смогут получить работу во всемирно известных отечественных, европейских, американских, азиатских компаниях.
   – Дизайнер дополненной реальности – многопрофильный специалист, который при необходимости быстро найдет работу в смежных сферах.

   Назовите 3-4 «минуса», разъясните свое мнение.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Проанализируйте объявления по подбору персонала в вашем городе. Насколько востребованы в настоящий момент специалисты сферы AR? Напишите миниатюру об этом объёмом 6-8 предложений.
2. Представьте, что Вы являетесь AR специалистом. К Вам обратился заказчик с просьбой спроектировать процесс реконструкции крепости 16 века. Каков будет порядок Ваших действий? Составьте план работ и опишите взаимодействие с заказчиком.
3. Составьте словарь новых терминов, которые используются в тексте. Объясните, с чем связано появление данных слов.
4. Рассмотрите картинку. Опишите, какую задачу выполнил AR специалист? Что помогло добиться подобного эффекта?

5. Составьте интеллект-карту, отражающую содержание прочитанного текста.

КОУЧ ПО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ ЭКСКУРСОВОДОВ

В современном глобальном мире туризм является высокодоходной отраслью и одновременно способом эффективной организации досуга и восстановления жизненных сил для людей всего земного шара. Знакомство с новыми странами, культурами и традициями расширяет кругозор путешествующих, способствует росту толерантности и сокращению количества войн и конфликтов. Однако при первом приближении неопытный турист может столкнуться с недопониманием, влиянием культурных стереотипов или попасть в неловкую ситуацию из-за незнания местных нравов и обычаев.

Проблемы межкультурной коммуникации в сфере туризма лишь в последние несколько лет стали привлекать внимание специалистов и ученых.

Решение привнесенных глобализацией проблем национальной или расовой нетерпимости, неприязни, вражды, предрассудков и стереотипов возможно через диалог культур, осуществляемый по каналам туризма.

Межкультурная коммуникация приобщает туриста к *новым* для него знаниям в *новом* лингвокультурном окружении страны посещения (новационная коммуникация), помогает ориентироваться в системной структуре природного

и социокультурного пространства (ориентационная коммуникация), воздействует на мотивационные основания социокультурной активности туриста, актуализирует его знания об окружающей лингвокультурной действительности, а также стремление к получению недостающих знаний ради удовлетворения его социокультурных ожиданий и потребностей (стимуляционная коммуникация), уточняет или обновляет отдельные параметры перечисленных выше видов знаний, ориентаций и стимулов, которые в определенной мере предопределяют жизнедеятельность потребителя этих услуг (корреляционная коммуникация).

Основная нагрузка в области межкультурных коммуникаций ложится на контактный персонал принимающих турцентров и сопровождающих, гидов-экскурсоводов. Именно гиду приходится решать проблемы туристов, вызванные их пребыванием в чужой для них лингвокультурной среде. Одну из таких типичных проблем, проявляющихся у человека состоянием дискомфорта, неуверенности, замешательства, психологической дезориентации, тревоги и стресса, можно охарактеризовать как культурный шок, являющийся психологической реакцией человека, оказавшегося в незнакомой ему социолингвокультурной среде, при контакте с чужой культурой. Данная проблема решается посредством коммуникации и информирования туристов об основных особенностях и нормах поведения, ограничениях или социальных табу.

Именно поэтому одна из главных задач гида-экскурсовода – стать проводником в новые культурные миры, объяснить их законы и подружиться с обитателями. При этом традиционное экскурсоводческое образование делает больший акцент на изучении истории, уделяя недостаточно внимания коммуникативным навыкам. И здесь на сцену выходят специалисты по межкультурной коммуникации, способные обучить гидов находить общий язык с представителями разных поколений и культур.

Коуч по межкультурной коммуникации выявляет индивидуальный культурный профиль: каковы ваши культурные установки, сопоставляет его с

целевой культурой, находит общие черты и принципиальные различия; прорабатывает потенциальные риски и области возможного непонимания; совершенствует навыков поведения в целевой культуре; дает персональные рекомендации по взаимодействию с той или иной культурой.

Коуч по межкультурной коммуникации должен владеть разными языками вербального общения, стилями речи, уметь грамотно оценить коммуникативную ситуацию и ее контекст, быть гибким в общении и обладать широким кругозором. Для работы в направлении межкультурной коммуникации необходимо изучать иностранные языки, развивать навыки общения с людьми разных возрастов и с разным культурным **бэкграундом**.

Важными личностными качествами для специалистов данного профиля являются любознательность и коммуникабельность, мобильность и гибкость мышления. Работа предполагает частые командировки.

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Выбери лишнее. Существуют виды коммуникаций:

   А) стимуляционные;

   Б) новационные;

   В) корреляционные;

   Г) ориентационные;

   Д) квалификационные.

2. Какое высказывание НЕ иллюстрирует стимуляционную коммуникацию:

   А) воздействует на мотивационнные основания социокультурной активности туриста;

   Б) помогает ориентироваться в системной структуре природного и социокультурного пространства;

   В) актуализирует знания туриста об окружающей лингвокультурной действительности.

3. Проблема состояния дискомфорта туристов, оказавшихся в незнакомой социолингвокультурной среде, решается посредством:

   А) информирования туристов об основных особенностях и нормах поведения, ограничениях или социальных табу в стране пребывания;

   Б) привлечения к общению населения страны пребывания;

   В) изоляции туристов от жителей страны пребывания.

4. Выявить индивидуальный культурный профиль – это:

   А) определить ваши нравственные ценности;

   Б) определить, каковы ваши культурные установки;

   В) определить ваш уровень интеллекта.

5. Выберите лишнее. *Коуч по межкультурным коммуникациям должен*:

   А) владеть иностранными языками;

   Б) уметь оценить коммуникативную ситуацию;

   В) обладать широким кругозором;

   Г) уметь верно выбрать маршрут для туриста.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему туризм в современном мире является высокодоходной отраслью? Запишите свой ответ 2–3 предложениями.
2. Какие проблемы межкультурной коммуникации возникают в сфере туризма в связи с глобализацией? Перечислите.
3. Почему основная нагрузка в области межкультурных коммуникаций ложится на гидов-экскурсоводов? Объясните 3–4 предложениями.
4. Почему у туристов может возникать дискомфорт во период пребывания в другой стране? Объясните 3–4 предложениями.
5. Что обозначает термин «корреляционная коммуникация»? Запишите свой ответ.
6. Предположите, опираясь на свои знания английского языка, каково значение слова **бэкграунд**. Используя материалы сети Интернет, составьте словарную статью для этого слова.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Рассмотрите картинку. Как она демонстрирует задачи коуча по межкультурным коммуникациям? Составьте текст о том, какую роль играет коуч по межкультурным коммуникациям в сфере туризма (5-6 предложений).

2. Рассмотрите картинку. Как то, что на ней изображено, связано с прочитанным текстом. Напишите текст 5–6 предложений.

3. Составьте текст, рекламирующий услуги коуча по межкультурным коммуникациям для экскурсоводов (6–10 предложений).
4. Соотнесите предложенный текст с прочитанным ранее. Как они связаны друг с другом? Напишите сочинение-рассуждение. При подборе аргументации опирайтесь на тексты. Объем сочинения – не менее 150 слов.

Есть люди, которые считают, что межкультурная коммуникация – не очень важная наука, что работать с иностранцами достаточно на принципах взаимного уважения. Но дело в том, что даже уважение – это такая же кросс-культурная категория, которая по-разному ведет себя в разных культурах. Что уважительно в одной стране – совершенно неуважительно в другой. Любое нормальное для нас поведение имеет высокий риск оказаться ненормальным, оскорбительным, неуважительным для людей, проживающих в иной социокультурной среде. И потом, языковую ошибку вам простят, культурную – нет! Никто никогда не объяснит вам, что вам отказали в партнерстве или в хороших условиях контракта, потому что вы не так подали визитку или не так вели себя на встрече. Вам никогда не скажут, что ваше письмо проигнорировали из-за того, что вы неправильно его составили. Вы никогда этого не узнаете! А если вы не знаете, в чем заключаются ваши ошибки, вы никогда не сможете их исправить. *(По материалам сети Интернет)*

5. Прочитайте текст. Что общего в профессиях коуча по межкультурным коммуникациям для экскурсоводов и кросс-культурного менеджера? Какие еще похожие профессии могут появиться? Опираясь на тексты и материалы сети Интернет, составьте презентацию «Профессии в сфере межкультурной коммуникации».

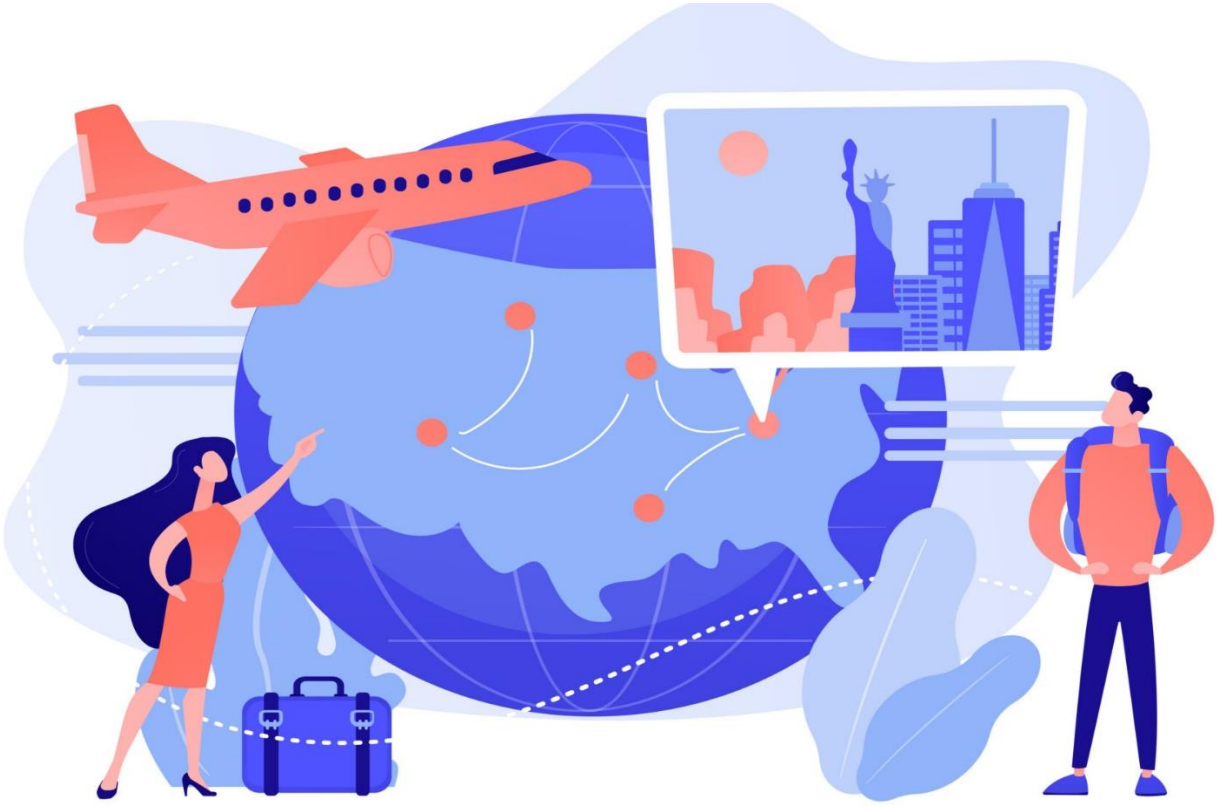
Кросс-культурный менеджер отвечает за передачу ключевых смыслов при работе за рубежом. Например, если компания открывает филиал в другой стране, специалист изучит ее традиции и особенности культуры, языковые нюансы и отличия подхода к работе.

Он консультирует компанию во время деловых переговоров на иностранном языке, чтобы наладить общение и не допустить грубых ошибок. Например, в России привычно рукопожатие одной рукой, но в некоторых азиатских странах такой жест посчитают неуважением – там принято протягивать две руки. Знание таких нюансов – и есть ключевая часть работы кросс-культурного менеджера.

Еще менеджер по кросс-культурной коммуникации должен понимать, как адаптировать рекламный ролик или слоган для местных потребителей, учитывая особенности страны. Существует множество примеров, когда отсутствие мультикультурного менеджера приводило к краху рекламной кампании.

Например, в середине 1970-х годов американская корпорация Procter & Gamble решила зайти на японский рынок для продажи подгузников Pampers. Потенциальным потребителям показывали рекламный ролик, в котором аист доставляет подгузники в дом к родителям. Маркетологи не учли, что в японском фольклоре новорождённых доставляет большой персик, плывущий по реке, а упоминаний аиста и вовсе нет. Ролик вызвал недоумение аудитории, а рекламная кампания провалилась. Procter & Gamble проиграли местным производителям подгузников. При этом кросс-культурная коммуникация нужна и внутри самой компании. Часто штат крупных корпораций состоит из разных национальностей – из-за культурных различий могут возникать конфликты. Менеджер помогает сотрудникам компании понять и принять культурные различия коллег. *(По материалам сети Интернет)*

РАЗРАБОТЧИК ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ



Современные технологии влияют на многие сферы нашей жизни. В ближайшее время можно ждать изменений и в туризме.

С каждым годом туристов становится все больше, а неизведанных мест на земле – меньше, поэтому сфера туризма будет меняться, чтобы путешественники возвращались в те места, которые уже посетили. Для этого придется переосмысливать подход к планированию и организации путешествий и сервису.

Стартапы вроде Airbnb или Aviasales создают конкуренцию традиционным пакетам услуг. Еще недавно многие люди не решались планировать самостоятельные путешествия, предпочитая довериться агентству, которое продумает поездку «под ключ», но сейчас, благодаря продуманным онлайн-сервисам найти выгодное предложение от авиакомпании или забронировать на отпуск домик можно буквально за пару кликов. А сориентироваться в вариантах и узнать о впечатлениях других туристов можно благодаря форумам для путешественников или приложениям вроде TripAdvisor.

Многие сервисы массового использования и дальше будут автоматизироваться: единые транспортные системы и проездные билеты (в европейских странах уже сейчас популярны универсальные «билеты туриста», позволяющие пользоваться как общественным транспортом, так и попадать в музеи), инструменты для выстраивания логистики индивидуальных поездок (которые позволят объединить маршруты авиаперелетов и наземных путешествий с помощью разных видов транспорта), сервисные роботы, электронные гиды и устройства для синхронного перевода. В сфере туризма появится много профессий-пенсионеров – многие привычные функции уже в ближайшем будущем смогут взять на себя машины.

Российский образовательный проект «Атлас Новых Профессий» детально описывает все предстоящие изменения. В ближайшее время многие профессии потеряют свою актуальность, 57 исчезнут и станут невостребованными, однако возникнут 186 новых. Профессии будущего – это профессии на стыке нескольких дисциплин, которые появятся через 15–20 лет. Такие профессии дополнят или заменят уже существующие.

Если Вы определились с выбором профессии, связанной именно с индустрией туризма, то отдайте предпочтение перспективным специальностям. В этом случае Вы будете более востребованы на рынке труда после окончания обучения, так как данных профессионалов пока не существует или их недостаточно.

Разработчик интеллектуальных туристических систем (Intelligent Systems Developer) – это профессионал, который создает автоматизированные системы покупки билетов, навигации, бронирования гостиничных мест. Уже сейчас основатели компаний, связанных с туризмом, зарабатывают на создании уникальных алгоритмов поиска – например, AviaSales.Ru. Спрос на простые, удобные и быстрые решения в этой сфере будет только расти. Кроме того, все большее значение будут иметь персонализация и возможность создания индивидуальных маршрутов.

Новизна этой профессии заключается в объединении на одной цифровой площадке всех субъектов туристического бизнеса, а также автоматическое предложение наиболее подходящего турпродукта на базе поведенческих факторов потенциальных клиентов.

Ключевые компетенции профессии: разработка многофункциональных цифровых приложений для интеграция различных поставщиков туристических услуг в рамках одного цифрового приложения; отладка и тестирование приложений, разработка инструкций по работе с ними.

Данный специалист должен хорошо знать иностранные языки, обладать мультикультурностью, навыками работы в сфере программирования (Data mining, Apache Hadoop, а также языки программирования: Python, C++ и иные); искусственного интеллекта, машинного обучения, прикладной математики и иных дисциплин, так или иначе связанных с профилем его деятельности.

Разработчик интеллектуальных туристических систем должен мыслить креативно, разбираться в социально-культурных и географических аспектах, ему необходимо уметь вовремя определить потребности и желания клиентов, чтобы быть клиентоориентированным.

Разработчики интеллектуальных туристических систем выполняют сложную, кропотливую работу, поэтому им необходимо быть дисциплинированными и аккуратными людьми, которые занимаются самообучением, обладают системным мышлением, способностью к глубокому анализу. Они ответственны, усидчивы, изобретательны, любознательны, коммуникабельны, умеют правильно оценивать ситуацию, отличаются скоростью мышления и реакции.

Разработчики интеллектуальных туристических систем могут принимать участие в проектах, направленных на создание программных систем, например, поисковых и экспертных, управляющих и т. д. и приложений. На российском рынке труда уже появляются вакансии от крупных компаний, например, от Mail.Ru Group. Разработчики интеллектуальных систем без проблем найдут вакансию в технологических компаниях, корпорациях, занимающихся

созданием программного обеспечения или робототехники. Они нужны там, где активно используются или изучаются интеллектуальные системы. Также их будут принимать в штат научно-исследовательские центры, онлайн-сервисы, государственные учреждения, музеи, туристические агентства и представители других отраслей бизнеса.

Абитуриенты, решившие освоить эту интересную профессию, должны подавать документы в вуз, чтобы получить высшее образование, необходимое для построения успешной карьеры. На этапе поиска специальности обратите внимание на следующие программы подготовки: «Управление в технических системах», «Фундаментальные информатика и информационные технологии», «Информатика и вычислительная техника». Эти направления подготовки открыты при многих российских вузах и пользуются популярностью. Абитуриенты, успешно сдавшие ЕГЭ, могут претендовать на бюджетные места.

Обратите внимание на то, что крупные корпорации открывают доступ к бесплатным курсам по изучению искусственного интеллекта. Сегодня активны программы от Amazon, Microsoft, Google.

Результаты деятельности разработчика интеллектуальных туристических систем всегда будут высоко цениться обществом, это увлекательная и перспективная профессия.

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Разработчик интеллектуальных туристических систем создает:

   А) инновационные информационные системы сквозного управления жизненным циклом изделий;

   Б) автоматизированные инженерные системы зданий и сооружений;

   В) автоматизированные системы покупки билетов, навигации, бронирования гостиничных мест.

2. Разработчики интеллектуальных туристических систем будут востребованы в компаниях, занимающихся созданием:

   А) программного обеспечения и робототехники;

   Б) новых металлов в конкретных изделиях;

   В) композитных материалов в составе умных сред, меняющих свойства под задачи дома, офиса, промышленного предприятия.

3. Какие личностные качества предполагает данная профессия?

   А) креативность, узкое мышление, интерес к инженерному делу;

   Б) системное мышление, креативность, интерес к междисциплинарной работе, коммуникабельность, готовность к непрерывному образованию и самообразованию, способностью к глубокому анализу, быстрота скорости мышления;

   В) системное мышление, научно-исследовательский интерес, коммуникативные навыки.

4. Какую программу подготовки в вузе должен освоить абитуриент, решивший стать разработчиком интеллектуальных туристических систем?

   А) «Государственное и муниципальное управление»

   Б) «Управление в технических системах»

   В) «Туризм»

5. Обратите внимание на слово *стартап.* Определите его лексическое значение:

   А) старый проект с новой идеей, который только запустился;

   Б) компания, фирма;

   В) вновь созданная организация, которая занимается разработкой новых товаров или услуг в условиях чрезвычайной неопределенности.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему профессия разработчика интеллектуальных туристических систем перспективна? Обоснуйте свой ответ.

2. Объясните разницу между разработчиком интеллектуальных туристических систем и менеджером по туризму. Какие функции выполняют данные специалисты?

3. Что значит «обладать системным мышлением»?

4. Разъясните, как Вы понимаете значение слова «под ключ» в предложении *Еще недавно многие люди не решались планировать самостоятельные путешествия, предпочитая довериться агентству, которое продумает поездку «под ключ», но сейчас, благодаря продуманным онлайн-сервисам найти выгодное предложение от авиакомпании или забронировать на отпуск домик можно буквально за пару кликов.*

5. Как и почему сегодня возрастает «взыскательность туристов»? Обоснуйте свой ответ.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Проанализируйте объявления по подбору персонала в вашем городе. Насколько востребованы в настоящий момент специалисты, занимающиеся созданием программного обеспечения, робототехники, интеллектуальных систем? Напишите миниатюру об этом объёмом 6–8 предложений.

2. Представьте, что Вы являетесь разработчиком интеллектуальных туристических систем. К Вам обратился заказчик с просьбой спроектировать децентрализованное приложение по путешествиям: сейчас информация о доступных комнатах в отеле вводится заказчиком в информационные системы вручную, а системы аэропортов не знают, сколько человек на борту приземляющегося самолета. Вам надо изменить это с помощью соединения информации, чтобы путешествия стали дешевле и надежнее. Каков будет порядок Ваших действий? Составьте план работ и опишите взаимодействие с заказчиком.

3. Составьте словарь слов, лексическое значение которых может быть непонятным для ваших одноклассников. Запишите в виде определения понятия.

4. Составьте интеллект-карту, отражающую содержание прочитанного текста.

5. На основании прочитанного и предложенного ниже текстов опишите преимущества интеллектуальной туристической системы будущего (10–12 предложений).

То, о чем пойдет речь ниже, уже не фантастика, а реальные разработки, имеющиеся в том числе и у нашей компании. Дело лишь за массовым внедрением.

Серьезная проблема турбизнеса во всём мире – как разрешать ситуации, называемые disruption. Пожалуй, наиболее точный перевод этого термина – «что-то пошло не так». Например, у туриста задержан или отменен авиарейс. Или сорван трансфер. Или по той или иной причине его не заселили в гостиницу на одном из пунктов сложного маршрута. Вся дальнейшая логистика путешествия нарушается. Сейчас, чтобы найти выход при подобных проблемах, зачастую требуются титанические усилия менеджеров и руководства туркомпаний. Но уже на подходе IT-системы с искусственным интеллектом, которые будут оперативно выдавать оптимальное решение.

Скоро станет реальностью регистрация в аэропорту по отпечатку пальца. Активно развиваются технологии, основанные на распознавании лица: у Amadeus подобное решение, позволяющее осуществлять посадку на самолет, уже работает в одном из авиаузлов. Тестируются и платежные решения – например, киоски Smile and Pay у одной из американских компаний: чтобы внести деньги за услугу, достаточно улыбнуться в камеру.

А в Uber разработан прототип дрона-коптера self driving. Это беспилотное летающее такси, которое заберет путешественников из аэропорта и доставит на курорт. Фантастика? Но ведь когда-то и в появление мобильных телефонов мало кто верил.

Так что следите за прогрессом, а главное, не отставайте от него.

РАЗРАБОТЧИК ТУРНАВИГАТОРОВ

Если бы нашим бабушкам и дедушкам кто-нибудь 40 лет назад сказал, что они заменят привычные стационарные телефоны на сенсорные мобильные устройства, да еще и смогут созваниваться друг с другом по видеосвязи, думаем, они бы как минимум не поверили. Высокие технологии продолжают вносить свои коррективы в нашу повседневность, и рынок труда не исключение. Пока кто-то не может выбрать между гуманитарным и техническим образованием, другие активно осваивают космос и конструируют роботов, которые уже сейчас постепенно заменяют труд человека.

Развитие технологий помогает нам автоматизировать не только рутинные задачи, но и достаточно творческие, как, например, планирование поездок. Разнообразие туристических направлений сделало желающих путешествовать требовательнее. В последние годы на контрасте развивался феномен медленного (осознанного) потребления – медленная мода, медленная еда и т. д. Схожие тенденции наблюдаются и в индустрии туризма. Под влиянием пандемии рост

спроса на «отдых без спешки» ускорится. Длительные путешествия, перемещение пешком, на велосипеде или наземном транспорте, знакомство с местной культурой, проживание в палатке или на ферме станут более востребованными. Опрос Booking.com демонстрирует, что почти две трети путешественников планируют более долгие поездки и хотят видеть передвижение значимой частью своего опыта. Таким образом, турист превращается в путешественника.

Современные туристы все чаще предпочитают самостоятельные путешествия групповым экскурсионным турам, ведь так можно лучше узнать страну пребывания и получить более личный опыт. Классические групповые пакетные туры уходят в прошлое. Туристы хотят получить путешествие, сформированное максимально в соответствии с их графиком и интересами. Компании, которые предлагают персонализированные путешествия за счет интеграции передовых цифровых технологий и собственных данных, увеличивают доходы на 6–10%. Однако групповые туры полностью не исчезнут, а скорее, трансформируются. Группы будут формироваться из друзей и знакомых, которые смогут чувствовать себя в безопасности, путешествуя совместно. При этом не у всех есть время на длительную подготовку и планирование: хочется разработать индивидуальный, уникальный маршрут в кратчайшие сроки. И здесь на помощь приходит разработчик турнавигаторов – это IT-специалист, обладающий компетенциями на стыке двух крупных отраслей: информационных технологий и индустрии гостеприимства. Разработчики турнавигаторов создают программы или приложения, которые позволяют туристам спланировать путешествие с учетом индивидуальных предпочтений, актуальных культурных событий, сезона, имеющегося бюджета и т.д. Это гиды будущего, создающие и совершенствующие незаменимые сервисы для путешественников: бронирование билетов, отелей и ресторанов, аудиогиды и интерактивные транспортные схемы, агрегаторы отзывов других путешественников и синхронный перевод.

Гиды-навигаторы должны отвечать сразу двум перспективным трендам туриндустрии: рост запроса на безопасность и персонализацию опыта. С одной стороны, будут информировать о новых требованиях к безопасности и здоровью в поездке, помогать ориентироваться в новых правилах авиа и страховых компаний, а также государственных политиках в области туризма, которые, скорее всего, будут различаться в каждой стране после открытия границ. С другой стороны, помогать составлять индивидуальные туры, знакомиться с местной культурой (активностями, мероприятиями, заведениями) и получать аутентичный опыт.

Гиды-навигаторы будут учитывать здоровье, вкусы и бюджет туриста. Например, сообщать пользователю о сложных горных подъёмах, если тот не готов пройти их физически; выбирать тот вид транспорта, который подходит путешественнику, и тот отель, который по карману именно этому клиенту. Если человек захочет совершить, например, путешествие по Золотому кольцу, гид-навигатор составит маршрут, выбрав оптимальный путь, забронирует билеты, учитывая пожелания путешественника, выберет места отдыха и достопримечательности, опираясь на вкусы и предпочтения клиента.

Какие обязанности должен выполнять разработчик турнавигаторов? Создавать приложения, которые удовлетворят все потребности заказчика услуги, постоянно совершенствовать эти приложения; тестировать приложения на фокус-группе, анализировать результаты и внедрять изменения при необходимости; поддерживать работоспособность выпущенного приложения, работать с комментариями пользователей.

Чтобы стать таким специалистом, необходимо владеть языками программирования и получить опыт в разработке сайтов и мобильных приложений. А еще нужно уметь анализировать большие объемы данных, думать об удобстве использования продукта и, конечно, любить путешествия!

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Разработчик турнавигаторов должен обладать компетенциями в области:

   А) информационных технологий и лингвистики;

   Б) информационных технологий и индустрии гостеприимства;

   В) истории и индустрии гостеприимства.

2. Каким запросам должны отвечать турнавигаторы:

   А) на безопасность и экономичность тура;

   Б) на безопасность и персонализацию опыта;

   В) на комфортность и персонализацию опыта.

3. Гиды-навигаторы НЕ смогут учитывать:

   А) здоровье;

   Б) вкусы;

   В) бюджет туриста;

   Г) настроение туриста.

4. *Разработчик турнавигаторов разрабатывает, тестирует ….., поддерживает его работоспособность*. Какое слово пропущено:

   А) аудиогид;

   Б) приложение;

   В) автомобиль;

   Г) игру.

5. Каким путешествиям отдают предпочтения современные туристы:

   А) групповым;

   Б) спонтанным;

   В) персонализированным.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему растет спрос на «отдых без спешки»? Обоснуйте свой ответ.
2. Какие новые требования к путешествиям стали предъявлять туристы и почему?

3. Личные качества, которыми необходимо обладать разработчикам турнавигаторов:

   • ответственность;

   • системное мышление;

   • широкий кругозор;

   • творческие способности.

   Поясните, согласны ли Вы с данным утверждением и почему.

4. Разъясните, как Вы понимаете значение слова *«фокус-группа»* в предложении

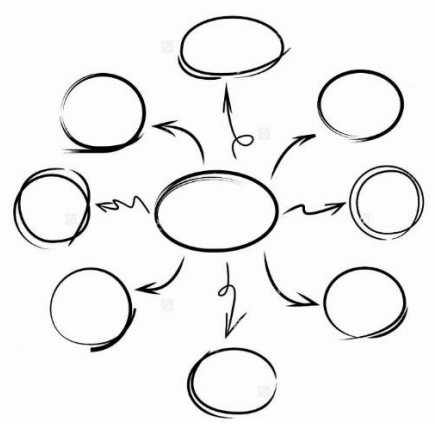
Разрабатывать приложения, которые удовлетворят все потребности заказчика услуги, постоянно совершенствовать эти приложения; тестировать приложения на фокус-группе, анализировать результаты и внедрять изменения при необходимости; поддерживать работоспособность выпущенного приложения, работать с комментариями пользователей.

5. Почему безопасность становится важным требованием, предъявляемым туристами к предлагаемым турам? Разъясните 3-4 предложениями.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. На основе данного теста и материалов сети Интернет составьте кластер, показывающий, какими навыками необходимо обладать разработчику турнавигаторов.



2. Представьте, что Вы являетесь разработчиком турнавигаторов. Разработайте опросник для потенциальных пользователей Вашего приложения.
3. Какой тур мог бы стать популярным в настоящее время? Опишите его особенности, создав собственный текст (8–12 предложений).
4. Каковы, по-Вашему, принципиальные отличия турнавигатора от обычного навигатора? Опишите функции, свойственные только турнавигатору, в 6–8 предложениях.
5. Исчезнет ли профессия гида, если появятся совершенные турнавигаторы, способные учитывать все запросы клиента? Составьте текст, отвечающий на данный вопрос (8–12 предложений).

КУРАТОР ОСОЗНАННОГО ЭКОТУРИЗМА

Ещё в XX веке экология воспринималась как ограничение, накладывающееся на экономическую активность ради поддержания чистоты окружающей среды. «Зеленые» навыки были нужны только тем, кто работал в сфере сохранения природы или контроля над выбросом отходов. Сегодня экологические проблемы превратились в задачу, которую сообща решает весь мир. Необходимо не только осознавать, что природные богатства не безграничны, но и во всех сферах деятельности человека проявлять бережливое отношение к используемым природным ресурсам, применять новые технологии и материалы, которые уменьшают объемы отходов, устраняют неблагоприятные последствия человеческой деятельности на природу и здоровье самого человека. Экологическое мышление становится неотъемлемой осознанной составляющей практически во всех сферах жизнедеятельности людей.

Стремление человека путешествовать, познавать мир, получать яркие впечатления, укреплять и восстанавливать здоровье – это замечательное экономическое и социальное явление. Туризм, реализующий эту потребность, является одной из самых быстрорастущих отраслей мира. Развитие технологий и транспортных услуг сделало эту сферу деятельности и отдыха человека

доступной и удобной. Однако туризм – это серьезная нагрузка на экологию, поэтому появляется все больше туристических форматов, поощряющих бережное отношение к окружающей среде. Растет спрос на действительные впечатления, позволяющие отдохнуть от вездесущей глобализации и погрузиться в новый и необычный образ жизни. «Природный туризм» как организация туров с выездом на природу основывается только на мотивации отдыха и характере деятельности. Туроператоры таких путешествий не берут на себя обязательств по охране природы. Подъём внимания к вопросам сохранения окружающей среды – важнейший фактор, создавший спрос на экологический туризм за последние десятилетия. Многие стремятся не просто быть наблюдателями, но и внести свой вклад в сохранение уголков природы, поэтому общение с природой в туристическом путешествии определило новую цель – помогать сохранению дикой природы и культурных ценностей, пользуясь теми туристическими услугами, которые способствуют охране посещаемых объектов и поддерживают жизнь местного населения. Такое направление получило определение – экотуризм. Основные принципы экотуризма включают три обязательных условия: минимальное воздействие на окружающую среду, опыт взаимодействия путешественника с нетронутой природой и позитивное влияние на местную экономику.

Экотуризм, беря на себя ответственность за сохранение природы, помогает защите природных уголков, может включать в себя волонтерские функции, но в первую очередь это отдых и наслаждение природой.

Развитие индустрии туризма для людей, которые заботятся о сохранении природы своей страны и других государств, потребовало специалистов, подготовка и компетентность которых соответствует интересам путешественников, стремящихся к гармоничному взаимодействию с природой. Куратор осознанного экотуризма, который обеспечит взаимосвязь интересов туризма, охраны природы и культуры, – профессия ближайшего будущего. Этот специалист будет осуществлять стратегическое управление (планирование, реализация, контроль) значимыми запросами туристов. Функционал куратора

осознанного экотуризма – это:

– создание маршрутов для посещения желающими заповедного, эстетически привлекательного, сохраняющего естественность уголка живой природы. Объекты экологического туризма включают природные и культурные достопримечательности: разнообразие естественных ландшафтов; животный и растительный мир региона; районы с традиционными формами хозяйства; археологические памятники. Программа маршрута содержит прохождение экологических троп; посещение национальных парков и краеведческих музеев; сбор грибов и ягод на разрешенных участках; наблюдение за животными и птицами. Уже созданы специальные экомаршруты, на которых как минимум нельзя рвать цветы и ягоды и оставлять мусор (такие маршруты есть, например, в Красной Поляне, Карелии, на Байкале и в других регионах нашей страны), а как максимум проводится сбор мусора в игровой форме (самый яркий пример в России — проект «Чистые игры»).

– планирование удобной инфраструктуры: строительство туристических объектов и сооружений, которые должны быть максимально неприметными в окружающей природе. Например, скромные кемпинги, кордоны, хижины, не нарушающие окрестного рельефа, построенные из местных экологически безвредных материалов. Их обитатели не расходуют чрезмерно энергию и воду, определены места для раздельного сбора мусора, при этом стоки и выбросы очищаются, иные отходы поступают на экотехнологическую переработку. В качестве источника энергии на окнах может быть прозрачная солнечная пленка (стартап SolarWindow), незаметная на стекле, и при этом она сможет вырабатывать в 50 раз больше энергии. Для большей эффективности можно комбинировать солнечные и ветряные энергогенераторы. Экологичен транспорт, используемый туристами. Продумано питание туристов – экологически чистая и полезная еда, при этом в рационе присутствуют местные продукты. Привалы, бивуаки и костры устраиваются только в специально оборудованных местах.

– внедрение экологических практик (участие в решении местных экологических проблем, субботники, посадка деревьев, уборка мусора и т.д.);

– обучение туристов культуре посещения маршрута (уважительное отношение к местным культурным традициям, обычаям, правила поведения в месте проведения тура).

Данный специалист должен обладать экологическим мышлением, включающим в себя бережливое отношение к используемым природным ресурсам, осознанностью, которая предполагает ответственность за создаваемый проект, понимание и предупреждение возможных рисков для природы и человека, навыками сбора информации от потенциальных партнёров, а также опытом работы в естественной и искусственно созданной природной среде. Куратору осознанного туризма необходимо на всех этапах создания маршрута осуществлять творческий подход, хорошо разбираться в естественных науках, климатологии, ландшафтоведении, валеологии, микроэкономике. Он должен ориентироваться в разнообразии уникальных природных объектов, учитывая потребности и желания клиентов.

Освоить эту интересную профессию можно в вузе, однако для направления «экотуризм» пока не открыты профильные направления подготовки. Сегодня можно получить необходимое образование, сделав выбор в пользу следующих программ: «Экология и природопользование», «Сервис и туризм», «Культуроведение и социокультурные проекты», «Туризм и рекреация», «Организация международного и внутреннего туризма». Специализация по профилю «куратор осознанного экотуризма» должна дополняться междисциплинарными знаниями по истории, иностранному языку, географии, экологии, биологии, культурологии и др.

Востребованность на рынке труда таких специалистов уже в ближайшем будущем вырастет: Россия имеет богатый потенциал для экотуризма. По данным на август 2021 года, в нашей стране расположено 20 238 ООПТ (особо охраняемых природных территорий), включая 109 заповедников и 65 национальных парков. 11 объектов признаны Всемирным природным

наследием ЮНЕСКО. Проведённые исследования показали: в 2018-м 87% путешественников хотели бы путешествовать ответственно по отношению к окружающей среде, в 2019 году экотуристы составляли четверть всех путешественников.

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего – куратор осознанного экотуризма. Ответьте на вопрос: какие утверждения являются верными для определения экотуризма?

А) путешествие в промышленные зоны страны;

Б) изучение природных зон;

В) путешествие по природным зонам страны с целью выявления экологических проблем;

Г) путешествие по памятным местам, связанным с историей страны.

2. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего – куратор осознанного экотуризма. Ответьте на вопрос: какова главная цель деятельности куратора осознанного экотуризма?

   А) пробуждать в людях деятельную любовь к окружающему миру, к родной природе.

   Б) заниматься аналитикой в добывающих отраслях;

   В) реализовывать программы по преодолению последствий и недопущению повторений экологических катастроф;

   Г) заниматься организацией экстремальных туров на природе.

3. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего – куратор осознанного экотуризма. Продолжите утверждение: Маршрут экотуриста включает:

   А) охота и рыбалка;

Б) отдых в удобных коттеджах, которые видны издалека;

В) наблюдение за животными и птицами;

Г) поездки на любом виде транспорта по желанию туриста.

4. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего - куратор осознанного экотуризма. Выберите верные ответы, отвечающие условиям экотуризма:

А) гонки на квадроциклах и чемодан сувениров;

Б) велосипедные и пешие прогулки;

В) наблюдение за морскими животными в океанариуме;

Г) наблюдение за дикими животными в их естественной среде.

5. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего - куратор осознанного экотуризма. Ответьте на вопрос: куратору осознанного экотуризма необходимо разбираться во многих науках, в том числе и валеологии. Выберите значение латинского корня valeo, давшего название науке:

А) быть в состоянии;

Б) возможность иметь;

В) здравствовать, здоровым быть;

Г) иметь значение.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Согласны ли вы с мнением, что отдых на природе – это отказ от комфорта, самопреодоление и большие физические усилия. Обоснуйте свой ответ.
2. Предложите экопрактику, которую возможно провести в известном вам уголке природы. Обоснуйте её необходимость.
3. В чём различие «природного» и экологического туризма? Обоснуйте свой ответ.
4. Рассмотрите внимательно фотографию. Докажите или опровергните возможность организации стоянки на экомаршруте. Объем не менее 10 предложений.

5. Выделите микротемы текста и в соответствии с ними составьте его план, используя в качестве пунктов заголовки, которые вы могли бы дать каждой части текста.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Предложите вариант объекта экологического туризма с учетом требований, предъявляемых к таким маршрутам.
2. Составьте памятку «Правила культуры посещения экомаршрута туристами» и оформите в виде буклета, информационного плаката (по выбору) от руки или на компьютере (по выбору).
3. Напишите сочинение-рассуждение на основе предложенного высказывания. При подборе аргументации опирайтесь на текст. Объем сочинения – не менее 150 слов.

«Экологический туризм – это туризм, не оставляющий за собой следов». (Игорь Шпиленок, фотограф-натуралист, основатель заповедника «Брянский лес»).

4. Создайте интеллектуальную карту маршрута для группы экотуристов (от руки или на компьютере). Разделите маршрут на зоны, учитывая ландшафт местности, сделайте необходимые пояснения к находящимся объектам (естественным или установленным людьми).
5. Напишите рекламный текст, где представлены конкурентные преимущества созданного вами экомаршрута (5 утверждений).

СЦЕНАРИСТ СЕМЕЙНОГО ТУРИЗМА

Современный мир предоставляет огромные возможности для освоения уникальных профессий нового века. Специальности третьего тысячелетия интересны, увлекательны, полезны для общества.

Отдых в кругу семьи с каждым годом становится все популярнее, так как способствует сплоченности семьи и установлению эмоционального контакта, взаимопониманию, сотрудничеству между родителями и детьми, коррекции детско-родительских отношений. Такой отдых укрепляет семейные ценности, удовлетворяет потребности всей семьи в отдыхе и физической активности, ориентирует детей и взрослых на здоровый, активный образ жизни и освоение здоровьесберегающих технологий, способствует активной социализации детей. Многие виды семейного туризма являются командными – совместная работа, сотрудничество, взаимодействие в команде создают естественные условия для приобретения социального опыта детьми.

Специальность «сценарист семейного туризма» появилась недавно. Несомненно, она будет востребована в будущем. Эта профессия – превосходный шанс для тех, кто любит работать с путешественниками! Такой специалист занимается разработкой комплексных программ для туристов, предпочитающих путешествовать семьями. Ему придется учитывать возрастные и психологические особенности каждого члена семьи, разрабатывать разные формы проведения совместной семейной деятельности, общения, способствующие, в конечном счете, укреплению семьи, что немаловажно и актуально во все времена. Специалист организует интересный досуг, где родители и дети могут провести время совместно и отдельно друг от друга.

Сценарист семейного туризма должен иметь творческий подход к своей работе. Это профессионал, формирующий комплексные программы для туристов, путешествующих семьями. Он создаёт сюжеты отдыха туристов для их комфортного времяпровождения. В программы будут входить активный и спокойный семейный отдых, романтические туры для молодожёнов, отдых для детей и пенсионеров. Каждый найдёт в этом свою пользу. Все развлечения подбираются индивидуально. Специалист делает отдых людей богатым и насыщенным, подбирает для путешественников хороший подходящий курорт и предоставляет яркие, впечатляющие «кадры» их отдыха.

Это могут быть прогулки на велосипедах, лошадях, байдарках; поездки на джипе, квадроцикле; зимние катания на лыжах и сноубордах; походы в лес за грибами и ягодами; экскурсии на ферму, в зоопарк, заповедник и многое другое. Для любителей спокойного отдыха будут предусмотрены красивые места с живописными пейзажами, где туристы могут в тишине послушать пение птиц, полюбоваться водопадами, горными склонами, пещерами и запечатлеть себя на фоне великолепной природы.

Важными навыками представителя этой профессии являются свободное владение английским и знание второго языка, понимание национального и культурного контекста своей страны и стран-партнёров, специфики работы в регионах РФ и других странах. Как и работник любой профессии, затрагивающей

социальную сферу жизни, сценарист семейного отдыха должен обладать такими качествами, как клиентоориентированность, умение работать с запросами потребителя, умение работать с группами и отдельными людьми. Нужно быть информированным, творческим и разносторонним человеком. Необходимы также профессиональные знания психологии, педагогики, основ туризма, гостеприимства, географии, истории.

Получить специальность «сценарист семейного туризма» можно в вузах страны, например, в Санкт-Петербургском государственном университете промышленных технологий и дизайна, Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации, МГУ имени М. В. Ломоносова, Московском государственном институте физической культуры, спорта и туризма имени Ю. А. Сенкевича, Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого, СПбГУ, Российском университете дружбы народов.

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Какими умениями и навыками должен обладать сценарист семейных туров?

А) умение удерживать большое количество информации;

Б) понимать специфику этой работы в других странах;

В) свободное владение английским языком;

Г)владение современными технологиями функционального программирования.

2. Для кого будет писать сценарий представитель данной профессии?

А) для семей и молодожен, пенсионеров;

Б) для будущих выпускников школ;

В) для организаций;

Г) для дружеских компаний.

3. Что должен учитывать сценарист при составлении тура?

А) биографию клиента;

Б) вид будущего отдыха;

В) возраст и психологические особенности клиента.

4. В тексте встретилось слово «клиентоориентированность». Что входит в его понятие?

А) умение работать с запросами потребителя;

Б) знание второго языка;

В) умение работать с группами и отдельными клиентами;

Г) обладать навыками экскурсовода.

5. Каковы задачи данного специалиста при разработке сценария?

А) подобрать клиенту тур, соответствующий его требованиям;

Б) предоставить комфортное времяпрепровождение;

В) обеспечить прокат некоторых видов транспорта;

Г) обеспечить клиента бюджетными авиа или Ж/Д билетами.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Считаете ли вы, что данная профессия будет востребована в будущем и почему?

2. Как семейный отдых способствует укреплению семьи? Ответьте 3–4 предложениями.

3. Какой вид семейного туризма может рекламировать предложенное фото? Почему этот вид отдыха важен для каждой семьи?

4. С какой профессией можно сравнить сценариста семейных туров? В чем ее отличие?

5. Знание каких дисциплин потребуется от сценариста семейного отдыха? Объясните почему (3–6 предложений).

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. К сценаристу семейного отдыха пришла семейная пара пенсионеров с просьбой организовать тихий спокойный отдых на теплоходе. Попробуйте составить диалог «Сценарист-клиент» (10–12 реплик).

2. Составьте несколько вопросов для комплексного анализа полученного текста.

3. Представьте, что вы работаете в офисе по подбору персонала в области туризма. Составьте ряд вопросов для собеседования с соискателями на должность сценариста семейного отдыха.

4. Напишите небольшое сочинение-рассуждение на тему «Какими качествами характера и умениями должен обладать сценарист семейного отдыха, чтобы справиться с форс-мажорными обстоятельствами, возникшими у клиента во время тура».

5. Рассмотрите фото. Представьте, что оно является рекламным фото туристического агентства, на первое место выдвигающего семейный отдых. Подберите или составьте 3–4 рекламных слогана, соответствующих задачам агентства и фото.

КУРАТОР ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Туризм существует давно. Большинство людей любят путешествовать, изучать историю и природу разных географических объектов. Обычный туризм ассоциируется с отдыхом и развлечениями. Образовательный туризм появился сравнительно недавно. Сегодня он преимущественно сосредоточен на изучении иностранных языков, но очевидно, что возможности его намного шире. Путешествуй и учись!

Задача и цели образовательного туризма напрямую связаны с запросами клиентов и областью знаний, которая их интересует. На сегодняшний день очень много туров связано с изучением истории, биографий выдающихся людей, достопримечательностей практически любых географических объектов и т.п. Любое путешествие можно назвать образовательным. Даже развлекаясь, туристы узнают что-то новое для себя, поэтому весьма современно звучит популярный лозунг «Образование на протяжении всей жизни!». Пока мы учимся, узнаем что-то новое, мы не стареем, а жизнь приобретает смысл. Образование необходимо не только для получения специальности. Для людей думающих, стремящихся к саморазвитию, самопознанию, ищущих ответы на волнующие человечество вопросы, образовательный туризм - как раз то, что надо!

Многие путешествуют семьями с детьми. И, конечно же, люди заинтересованы, чтобы их дети как можно больше усвоили нужных знаний. Образовательный туризм – это современная педагогическая технология, направленная на расширение кругозора учащихся, ознакомление с культурой других стран и народов, формирующая представление об обычаях, традициях, культурных ценностях своей страны, родного края. Данная технология способствует интеграции в мировую культуру, повышает качество знаний, развивает способности учащихся. А что, как не живое соприкосновение с историческими объектами, красивыми природными панорамами, может лучше способствовать образованию и воспитанию подрастающего поколения! Делая акцент на пользе для ребенка той или иной образовательной программы, куратор тем самым вносит определенную ясность для родителей.

Важна также и обратная связь с клиентами для усовершенствования дальнейшей работы. Время вносит свои коррективы, и туризм не является исключением. Быстрый темп жизни предполагает зачастую и ускоренное обучение. Необходимо создавать новые компьютерные программы для образовательного туризма. Совместная работа с IT-специалистами и дизайнерами способна принести неожиданные и интересные результаты.

Запросы клиентов касаются самых разных сфер. Можно разделить познавательные интересы туристов на краеведческие, лингвистические, естественнонаучные, математические и пр. Задача специалиста по образовательному туризму – правильно определить вектор направления интересов клиентов, помочь подобрать самое увлекательное, суметь грамотно «упаковать» предлагаемый продукт. Компьютерные технологии помогут представить варианты туров в самом выгодном свете. Сейчас уже многие музеи проводят виртуальные экскурсии, на которых можно путешествовать по дворцам и паркам, переноситься в другое время, пробовать себя в роли какого-либо исторического персонажа. Есть большой банк данных таких экскурсий. Организатор образовательного туризма сам должен быть человеком, хорошо ориентирующимся в море предложений туристических организаций. При

определенном запросе клиента куратор должен уметь выбрать самое интересное и необходимое на данный момент, всегда должен быть клиентоориентированным.

Общение с заказчиком, реклама, подбор или составление образовательного тура, взаимодействие с организациями-партнерами, возможно, и заочное сопровождение клиентов, изучение рынка спроса, самообразование – вот лишь малая часть направлений деятельности куратора образовательного туризма.

Краеведение, архитектура, история, география, филология (русский язык и иностранные языки), компьютерные технологии – тот минимум предметных областей, которые необходимо освоить будущему специалисту по разработке и внедрению туристических образовательных программ. Необходимы коммуникативные навыки, заинтересованность в работе, креативность, умение планировать действия и предвидеть результат, гибко реагировать на изменения рынка предложений и запросов. Куратор образовательного туризма также должен обладать хорошими дипломатическими качествами: умением договариваться с людьми, владеть разными стилями общения, например, заинтересовать и убедить любого собеседника. Тот, кто выбирает данную профессию, должен быть готов постоянно развиваться и учиться, оперативно реагировать на изменения в обществе и мире.

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Куратор образовательного туризма:

   А) составляет программу туристического маршрута;

   Б) разрабатывает и внедряет образовательные туристические программы;

   В) осваивает новые маршруты.

2. Образовательный туризм:

   А) направлен только на молодое поколение;

   Б) интересен всем, независимо от возраста;

В) интересен узкому кругу лиц.

3. Виртуальные экскурсии проводят для:

А) заочных путешествий;

Б) ленивых экскурсантов;

В) рекламы музея.

4. В самом выгодном свете помогут представить образовательный тур:

А) фотографии;

Б) аннотации экскурсий;

В) компьютерные технологии.

5. Качества, необходимые для куратора образовательного туризма:

А) коммуникабельность, креативность, желание постоянно учиться и развиваться;

Б) усидчивость, молчаливость;

В) спонтанность в принятии решений, умение действовать непредсказуемо.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему профессия куратор образовательного туризма стала востребована?
2. Объясните разницу между менеджером по туризму и куратором образовательного туризма.
3. В каком значении употреблено слово «свет» в предложении

Компьютерные технологии помогут представить варианты туров в самом выгодном свете.

4. Для чего куратору надо хорошо ориентироваться в предложениях туристических организаций?
5. Придумайте образовательные туры, которые были бы интересны подросткам 14–17 лет. Составьте список из 5–6 тем.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Представьте, что Вы являетесь куратором образовательного туризма. Вам поступил заказ на составление программы по изучению истории какого-либо географического объекта. Продумайте алгоритм Ваших действий. Запишите последовательность (5–7 предложений).
2. Для чего необходима данная профессия? Туризм существует давно, а образовательный туризм выделяют отдельно сравнительно недавно. Так ли необходимо это разветвление? Обоснуйте свое мнение.
3. В чем может проявляться совместная работа IT-специалиста и куратора образовательного туризма? Составьте текст из 8-10 предложений.
4. Представьте, что Вы являетесь руководителем туристического агентства. Вам необходимо составить чек-лист для запуска проекта, связанного с образовательным туризмом. Используйте при работе предложенный рисунок.

5. С помощью интеллект-карты покажите направления деятельности куратора образовательного туризма.

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР ПРОСТРАНСТВА

На сегодняшний день сфера туризма и гостеприимства является одной из отраслей с большим потенциалом развития. Расширяться в этом направлении возможно в первую очередь в больших промышленных центрах, городах с богатой историей, природных заповедниках. Развитие транспортных систем и растущая мобильность позволят путешественникам быстрее и проще добираться до интересующих их мест. Это приведет к тому, что туризм столкнется с новыми вызовами, связанными как с ростом числа туристов, так и с их взыскательностью.

В условиях серьезной конкуренции удержать внимание потенциального клиента можно, только предложив ему незабываемые впечатления. В связи с этим огромное значение приобретет процесс брендирования территории, т.е. наполнения ее объектами и игровыми форматами, позволяющими туристу оказаться сопричастным к историческому событию и пережить ни с чем не сравнимые эмоции. С этим справится новая профессия XXI века – бренд-менеджер пространства.

Бренд-менеджер представляет собой разработчика, консультанта и организатора, отвечающего за наполнение виртуального пространства, «виртуального имиджа» туристскими смыслами, связанными с определенной

территорией. Он создает образ и легенду конкретной местности, и вокруг этой легенды объединяется весь дизайн, айдентика (комплекс визуальных и идеологических элементов, призванных сформировать образ компании или бренда для повышения их узнаваемости и уникальности), информационное освещение, виды туристских сервисов и разнообразные мероприятия.

Благодаря бренд-менеджеру пространства можно придать местности уникальность, привлечь туристов и сделать территорию конкурентоспособной. Современные профессии уже имеют предпосылки к появлению бренд-менеджеров пространства, в будущем погоня за незабываемыми впечатлениями возрастет, поэтому такие специалисты станут очень востребованными.

Сегодня территориальный бренд-менеджер является важным управленческим инструментом развития пространства, может решать задачи повышения его конкурентоспособности. Так, созданный сильный территориальный бренд позволяет не только повысить туристическую и рекреационную привлекательность, но и увеличить приток внешних государственных и частных инвестиций, простимулировать процессы кластерного развития приоритетных отраслей экономики, повысить привлекательность территории за счет удержания текущих жителей и привлечения новых, выступающих в том числе в качестве квалифицированной рабочей силы.

В настоящий момент к бренд-менеджерам, согласно данным с сайта по поиску вакансий, предъявляются такие требования, как опыт работы на аналогичной должности от 2-х лет, знание английского языка на уровне Upper-intermediate и выше, опыт пользователя PC, MS Office и Google Docs, отличные навыки переговоров и деловой коммуникации, умение определять и анализировать потребности клиента, осуществлять сбор информации о территории с учетом запроса потребителя, обрабатывать культурную, спортивную, образовательную, творческую, познавательную и другую информацию об исследуемой территории. Обладающим данными компетенциями специалистам предлагается зарплата 70 000–85 000 руб.

Упражнение 1 группы Низкий уровень сложности

1. Бренд-менеджер пространства занимается:

   А) приготовлением новых блюд;

   Б) созданием гаджетов;

   В) созданием образа и легенды конкретной местности.

2. Благодаря бренд-менеджеру пространства можно:

   А) придать местности загадочность;

   Б) создать робота;

   В) создать образ конкретной местности.

3. Бренд-менеджер – это:

   А) технический помощник;

   Б) консультант, отвечающий за наполнение виртуального пространства;

   В) продавец-консультант.

4. Сколько получают бренд-менеджеры пространства:

   А) 70 000-85 000 руб;

   Б) 60 000-65 000 руб;

   В) 40 000-50 000 руб.

5. Созданный сильный территориальный бренд позволяет:

   А) повысить туристическую и рекреационную привлекательность;

   Б) повысить привлекательность территории за счет удержания текущих жителей и привлечения новых;

   В) оба варианта верны.

Упражнения 2 группы Средний уровень сложности

1. Кто такой бренд-менеджер пространства?
2. Какие задачи решает сильный территориальный бренд?
3. Каково значение слова *кластерный* в предложении

Так, созданный сильный территориальный бренд позволяет не только повысить туристическую и рекреационную привлекательность, но и увеличить приток внешних государственных и частных инвестиций, простимулировать процессы

кластерного *развития приоритетных отраслей экономики, повысить привлекательность территории за счет удержания текущих жителей и привлечения новых, выступающих в том числе в качестве квалифицированной рабочей силы.*

Подберите синонимы.

Продолжите предложение

4. Комплекс визуальных и идеологических элементов, призванных сформировать образ компании или бренда для повышения их узнаваемости и уникальности – это …
5. Почему бренд-менеджеру необходимо знание английского языка?

Упражнения 3 группы Высокий уровень сложности

1. Проанализируйте объявления по подбору персонала в вашем городе. Насколько востребованы в настоящий момент бренд-менеджеры пространства? Напишите миниатюру об этом объёмом 6–8 предложений.
2. Представьте, что Вы являетесь бренд-менеджером пространства. К Вам обратился заказчик с просьбой создать виртуальный образ и легенду Санкт-Петербурга. Каков будет порядок Ваших действий? Составьте план работ.
3. Вам необходимо предложить клиенту подробный туристский маршрут в городе N с учетом его интересов, опираясь на информацию с личной страницы в сети «Вконтакте». Выберите в качестве заказчика кого-либо из своих друзей, составьте маршрут в городе по Вашему выбору.
4. Подумай и напиши сочинение (10–15 предложений) на тему «В каких сферах жизни человека могут понадобиться услуги бред-менеджера?»
5. Опираясь на данную таблицу, составьте текст, в котором будут описаны особенности специальности «бренд-менеджер» (10–15 предложений).

Трудовые функции	Трудовые действия	Необходимые умения
1	2	3
1. Изучение запросов клиента.	Определение и анализ потребностей клиента – что это за клиент и что ему нужно	Понимание потребностей потребителя • Умение выявлять потребности потребителя • Уметь использовать свои коммуникативные способности
	Анализ образа потребителя с учетом инфраструктуры данного пространства – проанализировать своего потребителя с учетом инфраструктуры территории.	
2. Поиск и обработка данных о территории	Сбор информации о территории (культурной, спортивной, образовательной, познавательной и т.д.)	• Анализировать большой объем информации
	Анализ собранного образа пространства	
3. Конструирование образов туристского пространства	Составление образа будущего туристского блога	• Владеть специализированными компьютерными программами
	Разработка дизайна	
4. Составление персональной туристической карты (на основе программного продукта)	Формирование туристской блога и формирование презентации в программе Microsoft PowerPoint	• Владеть специализированными компьютерными программами
5. Презентация потребителю персональной туристической карты	Презентация потребителю туристского блога	• Проводить презентационные мероприятия
		• Анализ претензий потребителя к туристскому продукту и разработка мер по их устранению

ИГРОФИКАТОР ТУРИСТИЧЕСКОГО ОПЫТА

Дети интуитивно стремятся превратить скучные для них занятия в более интересные и увлекательные. Посмотрите, что они делают, когда родители просят их собрать игрушки, помыть посуду или долго идти скучной дорогой из пункта А в пункт Б? Они придумывают какие-то свои фантастические миры, воображают себя невероятными героями, изобретают сложные и многогранные игровые правила...

Если Вы думаете, что игры – это только для детей, спуститесь в метро и посмотрите, чем заняты в своих мобильных телефонах люди постарше. Если они в этот момент не общаются с кем-то в соцсетях (которые тоже, кстати, очень грамотно игрофицированы) – вы почти наверняка увидите на экранах их смартфонов Monument Valley, Threes или что-то подобное. Игра стала неотъемлемой частью нашей жизни.

Современные путешественники все больше интересуются необычными туристическими предложениями. Так, по сообщениям британской ассоциации Abta, туристов привлекает возможность лично принять участие в ролевой игре, например, почувствовать себя сборщиком кофе или прокатиться на знаменитых мотоциклах из культового фильма. И люди сегодня ждут от своих путешествий несколько большего, чем прежде. Как показывает практика, мы просто стали

более авантюрными, избалованными и требовательными. Путешественникам хочется полноты ощущений, не испытанных ранее эмоций и незабываемых впечатлений. Кроме того, сегодня туристические поездки все чаще используются как возможность обсудить какие-то важные вопросы на нейтральной территории или для поиска новых перспектив, способных изменить жизнь.

Удовлетворить многие современные запросы нам помогут игрофикаторы. Согласно популярному определению, игрофикатор – это специалист, создающий туристические игры на основе разных достопримечательностей, исторических фактов и местных культурных особенностей.

Для вовлечения в игру необходимо создать конкурентную среду – если людям надо соревноваться, они используют систему активнее. Однако процесс соревнования не должен напрягать пользователей. Для реализации правильной игрофикации необходимо выполнение следующих условий: победа должна быть достижимой; у соревнований должны быть простые, понятные, прозрачные правила, и они должны быть (очень важный момент!).

Игрофикатор туристического опыта – это профессия будущего. Поскольку туристы всё чаще ждут от путешествий необычного эмоционального опыта, конкурентные преимущества получит тот, кто сможет превратить экскурсию или мастер-класс в захватывающую (возможно, виртуальную) игру. Например, у туристов появится возможность участвовать в экскурсиях и шоу с дополненной реальностью, исторических играх и реконструкциях исторических событий и получать больше уникальных впечатлений. Клиентам дадут возможность стать членом дикого племени и участником охоты или местного праздника, побывать на поле боя вместе с Александром Македонским, полететь на космическом корабле, отправиться в полярную экспедицию. «Туризм впечатлений», нацеленный на то, чтобы вызвать у гостей неповторимые эмоции, становится все популярнее. Сюда входят гастрономический туризм, агро- и экотуризм, духовный туризм и т. д. Растет спрос на мастер-классы и аутентичные впечатления, позволяющие отдохнуть от вездесущей глобализации и погрузиться в новый и непривычный образ жизни.

Очень важно, чтобы игровая программа была тщательно продумана и разработана опытным составителем, организатором, владеющим методикой подготовки и проведения игр как виртуальных, с дополненной реальностью, так и проводимых в традиционных форматах. Кроме того, игрофикатор должен обладать системным мышлением, навыками художественного творчества, программирования, обширными знаниями в области психологии и педагогики, иметь опыт управления проектами, организаторские и, пожалуй, артистические способности, быть увлеченным и увлекающимся. Высокая культура общения, умение решать конфликтные ситуации, сдерживать свои эмоции в нужный момент – это то, что необходимо человеку этой профессии.

Игрофикатору необходимо владеть традиционными знаниями туристического направления, а также обязательно освоить все нюансы подачи материала в интересной игровой форме. Чтобы создать увлекательную игру, каждый игрофикатор в душе должен быть ребенком, но при этом оставаться взрослой и зрелой личностью, чтобы уметь предвидеть результат, осознавать степень своей ответственности за подачу материала. Благодаря играм туристы с большим интересом осваивают новые данные по выбранному маршруту и получают возможность моделировать и испытывать на себе разные ситуации. Игры, позволяющие создавать сложные структуры, помогают развитию креативности, а корпоративные и социальные игры способствуют коллективному решению задач и развитию эмоционального интеллекта.

Таким образом, следует отметить, что геймификация в туризме и гостеприимстве еще не развита в полной мере и имеет отличные возможности дальнейшего продвижения. Сейчас люди путешествуют с азартом и уже устали просто отдыхать на пляже, а активности, которые могут быть организованы посредством игрофикации, способны дополнить и разнообразить отпуск. Игрофикация является совершенно новым направлением развития и продвижения в туризме и имеет большой потенциал в реализации.

(По материалам Атласа новых профессий, раздел «Туризм и гостеприимство»)

Упражнения 1 группы

Низкий уровень сложности

1. Какие навыки НЕ являются обязательными для игрофикатора?

   А) системное мышление;

   Б) навыки художественного творчества;

   В) опыт управления проектами;

   Г) навыки выживания в экстремальных условиях.

2. Аутентичные впечатления… Каково значение выделенного слова?

   А) яркие;

   Б) подлинные;

   В) сиюминутные;

   Г) незабываемые.

3. Прочитайте внимательно предложенный Вам текст о профессии будущего «игрофикатор». Ответьте на вопрос: для реализации правильной игрофикации необходимо выполнение следующих условий:

   А) у соревнований должны быть простые и понятные правила, и они должны быть (очень важный момент!);

   Б) у соревнований должны быть задания повышенной сложности для того, чтобы игроки использовали креативность;

   В) у соревнований должны быть задания, носящие только развлекательный характер, чтобы туристы расслабились.

4. Найдите в тексте синоним к слову игрофикация

   А) мастер-класс;

   Б) геймификация;

   В) экотуризм;

   Г) необычные эмоции.

5. Специалистам из какой сферы деятельности легче освоить профессию «игрофикатор»?

   А) архитектор, строитель, продавец, косметолог, следователь;

Б) бизнес-тренер, учитель, психолог, маркетолог, организатор мероприятий;

В) космонавт, вирусолог, микробиолог, ювелир, закройщик;

Г) повар, инженер-технолог, мастер ногтевого сервиса, бровист.

Упражнения 2 группы

Средний уровень сложности

1. Почему людей привлекают различные игры? Обоснуйте свои ответ (4-6 предложений)
2. Как в процессе ежедневной деятельности у людей, выбравших профессию «игрофикатор», развиваются коммуникативные навыки? Передайте данную информацию текста в виде рисунка, схемы или интеллект-карты.
3. В туристических агентствах обычно небольшой состав специалистов. Как вы думаете, какие функции смог бы выполнять игрофикатор, помимо своих основных? Обоснуйте свой ответ.
4. С какими проблемами может столкнуться игрофикатор? Почему?
5. В тексте вам встретился термин «Лидерборды». Можно ли определить его значение из контекста? Подберите к нему синонимы. Проверьте себя по словарю.

Упражнения 3 группы

Высокий уровень сложности

1. Ответьте на вопрос: хотелось ли бы вам поработать игрофикатором? Почему? Порассуждайте, в чем состоят преимущества данной профессии, составив текст из 10-12 предложений.
2. Что сегодня позволяет утверждать, что профессия игрофикатора станет в перспективе ещё более востребованной? Свой ответ аргументируйте, используя различные средства выражения авторской позиции. Объём публичного выступления не менее 10 предложений.
3. Представьте, что Вам самим удалось взять интервью у ведущего игрофикатора. Какие вопросы Вы бы ему задали? Почему? Запишите перечень этих вопросов.
4. Придумайте игру, которую в будущем могли бы использовать игрофикаторы туристического опыта. Опишите ее в 6-10 предложениях.

5. Подготовьте рассказ о профессии игрофикатора в разных стилях: научном, публицистическом, художественном. Используйте в процессе подготовки материалы прочитанного текста, сведения из Интернета. Объём не менее 10 предложений.

Ключи

Дизайнер дополненной реальности территорий

1. А
2. В
3. Б
4. Б
5. Б

Коуч по межкультурной коммуникации для экскурсоводов

1. Д
2. Б
3. А
4. Б
5. Г

Разработчик интеллектуальных туристических систем

1. В
2. А
3. Б
4. Б
5. В

Разработчик турнавигаторов

1. Б
2. Б
3. Г
4. Б
5. В

Куратор осознанного экотуризма

1. БВ
2. А
3. В
4. БГ
5. В

Сценарист семейного туризма

1. А
2. А
3. В

4. А
5. Б

Куратор образовательного туризма

1. Б
2. Б
3. А
4. В
5. А

Бренд-менеджер пространства

1. В
2. В
3. Б
4. А
5. В

Игрофикатор туристического опыта

1.В
2.А
3.А
4.А
5.Б

КОДИФИКАТОР УМЕНИЙ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ ГРАМОТНОСТИ

1. Находить и извлекать информацию
1.1. Определять место, где содержится искомая информация (фрагмент текста, гиперссылка, ссылка на сайт и т. д.);
1.2. Находить и извлекать одну или несколько единиц информации;
1.2.1. Находить и извлекать одну или несколько единиц информации, расположенных в одном фрагменте текста;
1.2.2. Находить и извлекать несколько единиц информации, расположенных в разных фрагментах текста;
1.3. Определять наличие/отсутствие информации.

2. Интегрировать и интерпретировать информацию
2.1. Понимать фактологическую информацию (сюжет, последовательность событий и т. п.);
2.2. Понимать смысловую структуру текста (определять тему, главную мысль/идею, назначение текста);
2.3. Понимать значение неизвестного слова или выражения на основе контекста;
2.4. Устанавливать скрытые связи между событиями или утверждениями (причинно-следственные отношения, отношения аргумент – контраргумент, тезис – пример, сходство – различие и др.);
2.5. Соотносить визуальное изображение с вербальным текстом;
2.6. Формулировать выводы на основе обобщения отдельных частей текста;
2.7. Понимать чувства, мотивы, характеры героев;
2.8. Понимать концептуальную информацию (авторскую позицию, коммуникативное намерение).

3. Осмысливать и оценивать содержание и форму текста
3.1. Оценивать содержание текста или его элементов (примеров, аргументов, иллюстраций и т. п.) относительно целей автора;
3.2. Оценивать форму текста (структуру, стиль и т. д.), целесообразность использованных автором приемов;
3.3. Понимать назначение структурной единицы текста;
3.4. Оценивать полноту, достоверность информации;
3.5. Обнаруживать противоречия, содержащиеся в одном или нескольких текстах;
3.6. Высказывать и обосновывать собственную точку зрения по вопросу, обсуждаемому в тексте.

4. Использовать информацию из текста.

4.1. Использовать информацию из текста для решения практической задачи (планирование поездки, выбор телефона и т.п.) без при- влечения фоновых знаний.

4.2. Использовать информацию из текста для решения практической задачи с привлечением фоновых знаний.

4.3. Формулировать на основе полученной из текста информации собственную гипотезу.

4.4. Прогнозировать события, течение процесса, результаты эксперимента на основе информации текста.

4.5. Предлагать интерпретацию нового явления, принадлежащего к тому же классу явлений, который обсуждается в тексте (в том числе с переносом из одной предметной области в другую).

4.6. Выявлять связь между прочитанным и современной реальностью.