

Российские волонтеры – это, как правило, студенты и молодежь до 30 лет, которые очень хотят путешествовать, но не имеют на это достаточно средств. Большинство отправляются в Европу – туда билеты дешевле. Едут реставрировать замки, очищать каналы, сажать деревья в парке и заниматься прочей общественно полезной работой. Они готовы терпеть отсутствие комфорта ради 3-4 недель общения с местным населением. Организации предлагают уехать и на более продолжительный срок, например на год. Это, в основном, относится к образовательным программам за рубежом.

Человек, отправляющийся волонтером, сам покупает билеты, делает визу и добирается до места работы (проживания) – встречать в аэропорту его никто не будет.

Итак, чтобы поехать в трудовой *cheap-trip*, требуется не так уж много. Для начала надо найти компанию, которая специализируется на отправке путешественников-добровольцев за рубежом. Допустим, организация найдена – теперь вам предстоит заполнить заявку или анкету, а если это программа студенческого обмена, то пройти собеседование в офисе компании на ан-

глийском языке. Процедура несложная и почти везде одинаковая.

Планировать поездку стоит за 2-3 месяца – столько времени обычно требуется на получение ответа от принимающей стороны, оформление всех бумаг и виз.

Когда бумаги заполнены – пора оплачивать взнос: без этого никто даже читать не станет. Окончательное утверждение кандидатуры волонтера происходит после собеседования в консульстве. Требования предъявляются самые минимальные: главное, чтобы соискателю было больше 18 лет. Приветствуются лидерские качества и креативность. Естественно, необходимо знание английского языка на хорошем разговорном уровне, но, как показывает практика, это не особенно важно. Попадают и особо активные граждане с минимальным словарным запасом, которым иностранный язык и не требуется: они жестами могут объяснить все что нужно. Других жестких критериев отбора нет. Будущему волонтеру остается лишь заняться поиском дешевых билетов, ну и подкопить денег на сувениры и подарки для друзей и родных.

Е.С. Назаров

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩЕГО МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМА

Назаров
Е.С.

УрГПУ

Формирование рыночных отношений и усиление конкурентной борьбы на рынке труда и образовательных услуг привели к резкому возрастанию требовательности к качеству подготовки специалистов, выпускаемых вузами. Расширились потребности населения в качественных услугах, удовлетворить которые способны только высококвалифицированные специалисты различного профиля.

Концепция модернизации российского образования на период до 2010 г. провозгласила задачу формирования образованных и предприимчивых людей, обладающих внутренней культурой, способных прогнозировать ситуацию и принимать оптимальные решения, нести ответственность за собственную деятельность. В связи с этим возникла необходимость формирования профессиональной компетентности студентов. Проблемы подготовки специалистов для туристской деятельности освещались в работах Д.В. Ермиловой, А.Н. Кузнецова, В.Н. Лебедева, О.Ю. Марковой, Н.В. Табуновой и др.

Анализ состояния практики преподавания в условиях вузовского образования позволяет утверждать, что получаемые студентами зна-

ния носят теоретический характер и оторваны от реальной туристской практики и запросов работодателей. Наиболее эффективным для формирования будущего менеджера является компетентностный подход, представляющий собой совокупность теоретико-методологических положений и организационно – педагогических мер, реализуемых на основе социокультурного анализа, ценностных ориентаций. Содержание профессиональной компетентности менеджера регионального турбизнеса, вероятно, должно включать: социокультурные образовательные компетенции (владение менеджерскими функциями, знание и инновационный подход к управлению турфирмой, коммуникативными средствами, владение методами анализа и обобщения, рефлексивно-оценочной деятельностью); социально-психологические компетенции (профессиональная направленность, целеустремленность, социальная ответственность, умение взаимодействовать и общаться с людьми, самоконтроль, объективное оценивание ситуации); личностные компетенции (системность мышления, аналитико-исследовательская деятельность, креативность, активность, самостоятельность, уверенность, эмоциональная культура, эмпатия, толерантность в отношениях, стремление к непрерывному самообразованию); исследовательские компетенции, в основе которых лежит инновационная деятельность вуза по подготовке менеджера.

Содержательной основой подготовки менеджера туризма является культура управления, прежде всего, формирование деловой управленческой культуры, становление которой основывается на национальных традициях, нравах, привычках, обычаях. Формирование культуры управления профессиональной деятельностью студентов осуществляется на нескольких базовых уровнях: на базе мировой управленческой культуры, выступающей в форме концепций, принципов, правил, программ, системной организации процесса управления; на базе собственной управленческой культуры, выраженной в стиле, культуре взаимодействия и общения, в передаче и обмене информацией, принятии решений и доведения их до исполнителя.

Туристский менеджмент носит много-сторонний характер. На основе содержания

деятельности и выполняемых функций можно выделить несколько групп менеджмента туристской деятельности: группа менеджеров, деятельность которых связана с определением объектов туризма, их описанием, оформлением для эксплуатации; группа менеджеров, занятая пропагандой познавательной, рекреационной, эстетической ценностью объектов туризма с использованием средств массовой информации; группа менеджеров, занятая планированием и организацией турдеятельности; группа менеджеров, занятая исполнительско – организаторской деятельностью.

В формировании компетентности менеджера важная роль принадлежит социокультурному пространству и образовательной среде, которая складывается из следующих составляющих:

- информационная насыщенность пространства материалами турпродукта;
- банк данных о реальном состоянии процесса подготовки менеджеров;
- овладение методами формирования и использования коммуникативных средств связи;
- развитие научного потенциала преподавательского корпуса вуза, его включение в исследование развития туристского бизнеса;
- формирование в учебном процессе атмосферы творческого поиска в подготовке менеджера туризма.

Менеджеры XXI века должны действовать в условиях не только более требовательного и все более сложного, но и более динамичного и зависящего от многих факторов мира. Идея «глобальной деревни» становится реальностью, в результате чего будущим менеджерам придется овладевать новыми социально-культурными явлениями и ценностями, а также с уважением относиться к разнообразию окружающего мира. Причем речь идет не о каком-то далеком будущем. Двумя наиболее значимыми изменениями, происходящими здесь и сейчас, является все более ускоряющийся технический прогресс и интернационализация гостеприимства и туризма. Поэтому от того, в какой мере вы как будущий менеджер-лидер овладеете всеми необходимыми навыками и умениями сейчас, зависит то, насколько успешной окажется ваша карьера в будущем.