

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ
ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ ВО ВРЕМЯ АВТОБУСНОЙ ЭКСКУРСИИ**

*Бакалаврская выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.03 – Гостиничное дело*

Исполнитель:
Ляпустина Татьяна
Вячеславовна,
студент ГГ-41

«__» мая 2016 г.

Допущена к защите
Зав. кафедрой туризма
А. И. Фишелева

«__» мая 2016 г.

Научный руководитель:
Л. Д. Назарова,
канд. пед. наук, доцент

«__» мая 2016 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ СЕРВИСА	6
1.1. Понятие и сущность анимационных услуг	6
1.2. Характеристика особенностей гостиничных анимационных услуг	15
ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ «ЕВРОТЕЛЬ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ».....	24
2.1. Анализ дополнительных услуг гостиничного предприятия. Ошибка! Закладка не определена.	
2.2. Проект анимационной программы при организации автобусной	Ошибка! Закладка не определена.
экскурсии и ее экономическое обоснование	Ошибка! Закладка не определена.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	26
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	29
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Глоссарий	59
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Загруженность номерного фонда гостиницы «Евротель Центральный»	60
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Анкета гостя	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Виды и формы культурно-досуговых программ для различных категорий населения	64
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Квалификационные требования, предъявляемые к аниматорам	65

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня индустрия гостеприимства представляет собой одну из самых крупных и быстро развивающихся систем сектора экономики.

Индустрия гостеприимства – это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы, требования и желания клиентов. Составляющие индустрии гостеприимства – это различные средства коллективного и индивидуального размещения, такие как отели, гостиницы, мини-отели, молодёжные хостелы, общежития и туристские приюты, транспортные услуги, предприятия питания и анимационные услуги.

Актуальность темы исследования заключается в востребованности анимационной деятельности в гостиничном предприятии; разнообразии анимационных форм и методов организации отдыха; создании развлекательных, спортивно-оздоровительных, анимационно-театрализованных и игровых программ для клиентов в условиях проживания в отеле.

Сектор развлечений помогает создать полноценный отдых, развить культуру людей, воспитать и сформировать положительное настроение. Заполняя развлечениями и спортом свой досуг, человек отдыхает и восстанавливает силы. В связи с этим все чаще туристы, собирающиеся в путешествие, интересуются не только условиями проживания и экскурсионной программой, но и наличием анимационной программы в отеле, пансионате или курортном комплексе. Помимо проживания, в настоящее время большое внимание уделяется организации обслуживания

туристов в отелях, во время перелетов, в дороге, в лагерях, поэтому организуются выезды на экскурсии, туры и тому подобное.

В свою очередь, анимация является своеобразной формой рекламы, привлечения новых гостей в отель, повышением качества обслуживания и вызывает конкуренцию между курортами, стремящимися разнообразить отдых своих клиентов. Анимация является основным источником прибыли отеля и привлекательности турпродукта.

Существуют разного рода анимационные программы, включающие в себя спортивные игры и состязания, вечерние шоу - программы, конкурсы и многое другое. Одно из направлений деятельности анимационной команды - анимация для детей. Во многих зарубежных отелях существуют специальные детские клубы, в которых аниматоры организуют интересный, полноценный отдых детям, проводя подвижные и развивающие игры с детьми, организовывая конкурсы, разучивая детские танцы, занимаясь с ними рисованием и пр. Спортивные аниматоры в течение всего дня находятся в непосредственном контакте с гостями, предлагают гостям разные спортивные мероприятия (занятия аэробикой и гимнастикой, водное поло, водную аэробику, уроки танцев, волейбол и прочее).

Однако в настоящее время существуют **противоречия** между развивающимся рынком дополнительных услуг региона и недостаточностью предлагаемых анимационных программ.

Индустрия гостеприимства направлена на создание позитивной программы по привлечению туристов, отдыхающих и путешественников. **Проблема** состоит в том, что при организации автобусных экскурсий не всегда уделяется должное внимание наличию и содержанию анимационных программ.

Последнее время путешествия стали достаточно частым явлением. Это могут быть и однодневные экскурсионные туры, и длительные поездки по разным городам и даже странам. Монотонность времяпровождения в условиях разных видов транспорта снижает привлекательность поездки.

Анимационные программы могут сыграть в этом случае важную роль и способствовать увеличению интереса к программе тура в целом.

Противоречия между развивающимся сегментом анимационного сервиса и отсутствием научно обоснованного учебно-методического обеспечения анимационной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме.

В ходе выполнения работы были использованы труды таких авторов, как И.И. Булыгина, Н.И. Гаранин, Л.В. Курило, В.А. Квартальнов, Т.Н. Третьякова, Т.И. Гальперина, А. Дурович, В.Г. Гуляев, Т.Н. Ткачева, Е.М. Приезжаева, М. Драгичевич-Шешич, Б. Стойкович, А.Д. Чудновский и др.

Объект выпускной квалификационной работы - дополнительные услуги гостиничного предприятия.

Предмет выпускной квалификационной работы - анимационные услуги во время транспортных перевозок.

Цель: разработать анимационную программу для автобусной экскурсии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

1. Изучить понятие и раскрыть сущность анимационных услуг.
2. Проанализировать особенности анимационных программ автобусных экскурсий.
3. Проанализировать дополнительные услуги гостиничного предприятия «Евротель Центральный».
4. Разработать проект анимационной программы при организации автобусной экскурсии для целевой аудитории гостиницы «Евротель Центральный».

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПРЕДПРИЯТИЕМ СФЕРЫ СЕРВИСА

1.1. Понятие и сущность анимационных услуг

Современные определения понятия «анимация» отражают исторически сложившиеся представления по данному вопросу. Рассмотрим некоторые из существующих определений. Браймер Р.А. считает, что анимация – организация досуга в отелях, на корпоративных мероприятиях, в детских лагерях, детских праздниках; направление, предполагающее личное участие отдыхающих в культурно-массовых мероприятиях [3, с. 65]. Волков Ю.Ф. подчеркивает, что анимация – технология, позволяющая при помощи неодушевленных неподвижных объектов создавать иллюзию движения; наиболее популярная форма – мультипликация, представляющая собой серию рисованных изображений [4, с. 87]. Гальперина Т. И. дополняет, что анимация компьютерная – вид анимации, создаваемый при помощи компьютера. На сегодня получила широкое применение, как в области развлечений, так и производственной, научной и деловой сферах. Компьютерная анимация – последовательный показ (слайд-шоу) заранее подготовленных графических файлов, а также компьютерная имитация движения с помощью изменения (и перерисовки) формы объектов или показа последовательных изображений с фазами движения [7, с. 69].

Из приведенных определений, очевидно, что один и тот же термин по-прежнему обозначает разные виды деятельности. Для целей нашего исследования наибольший интерес вызывает понятие анимации применительно к социально-культурной деятельности и, в частности, к гостиничному делу.

Как показал анализ литературы, исследования, касающиеся анимации, анимационной деятельности освещены недостаточно широко. Информация об истории становления и эволюции культурно-досуговой деятельности

представлена в работах Г.П. Блиновой, И.А. Панкеевой, И.В. Филатовой, И.Г. Шароева. В работах А.Ф. Воловик и И.Г. Шароева рассмотрены аспекты драматургии и сценаристики культурно-досуговой деятельности. Различные аспекты анимационной деятельности рассматриваются в работах М.Б. Биржакова, Дж.Р. Уокера, А.Д. Чудновского, Т.И. Гальпериной, Н.И. Гаранина и И.И. Булыгиной, Л.В. Курило, Г.А. Аванесовой, Е.М. Приезжевой и др. Весомый вклад в развитие и становление анимации как сегмента практической деятельности в структуре туристского продукта внесли работы Ф.И. Кагана, коллектива преподавателей Южно-Уральского государственного университета (Россия) и др. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме рассмотрена также в учебном пособии И.И. Пядушкиной. Описанию анимационной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме посвящено также учебное пособие Т.Н. Третьяковой.

При таком многообразии исследований у авторов нет единства в вопросах терминологии, формулировок определений основных понятий. Так Л.В. Курило, исследуя вопросы теории и практики анимации, предлагает следующее определение: «анимация – это стимулирование полноценной рекреационной, социально-культурной досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение» [15, с.25]. В свою очередь Т.Н. Третьякова считает, что анимация – это «разработка и предоставление специальных программ проведения свободного времени; организация развлечений и спортивного проведения досуга» [26, с.3].

С понятием «анимация» тесно соотносится другое понятие – «досуг». В «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И. Даль характеризует человека в условиях досуга как «досужий» – умеющий, способный к делу, ловкий, искусный. До начала XX в. понятие «досуг» означало достижение, способность, возможность человека проявить себя в свободное от работы время [2, с.69]. В Советском энциклопедическом словаре дано такое

определение: «досуг (свободное время) – часть внерабочего времени (в границах суток, недели, года), остающегося у человека (группы, общества) за вычетом непреложных, необходимых затрат. В структуре свободного времени выделяют активную творческую (в т.ч. общественную) деятельность; учебу, самообразование; культурное, (духовное) потребление (чтение газет, книг, посещение кино и т.д.), спорт и т.п.; любительские занятия, игры с детьми; общение с другими людьми» [6, с.180].

Мнения ученых о том, что такое досуг, весьма не однозначны. Существуют несколько точек зрения на раскрытие сущности понятия «досуг». Одни исследователи считают – это просто время не занятое работой, т.е. свободное время для развлечений, личных занятий, хобби и т.д.; другие – социальная организация свободного времени именно в форме досуга, досуговых занятий. Современная наука располагает широким диапазоном досуговых концепций (лат. «conceptio» – мысль, понятие системы, руководящая идея, ведущий замысел, конструктивный принцип деятельности). Следует отметить, что в контексте общей характеристики теоретики рассматривают досуг как временное пространство, деятельность, состояние и холистический (целостный) образ жизни [8, с. 65].

Идея рассмотрения досуга в качестве определенного времени пространства (количественная концепция досуга) возникла в девятнадцатом веке и стало результатом промышленной революции на Западе, в результате чего средства к существованию подавляющего большинства населения есть были четко разграничены по времени работы и свободное время вне работы. Эта концепция и является наиболее распространенным в настоящее время. Количественная концепция досуга основывается на утверждении, что все временное пространство человеческой жизни, можно условно разделить на определенные периоды времени в соответствии с их назначением. В этом случае отрезок времени свободен от неизменных обязательств, таких как работа, сон, самообслуживание, работа по дому, уход за детьми. Интерпретация досуга в рамках данной концепции предполагает, что человек

обладает не только свободным временным пространством, но также располагает свободой выбора досуговых видов занятий в соответствии со своими интересами и вкусами. Эта концепция позволяет широкое толкование отдыха, то есть, отдых, вы можете взять время, чтобы иметь возможность работать в качестве творческой, конструктивной и деструктивной деятельности ориентации, а также время, проведенное бесцельно.

В качестве досуга определяется набор действий, в том числе человеческой системы отношений с внешним миром, таких как материальные объекты, информации, людей и т.д. Досуг рассматривается как вид человеческой деятельности, которая отличается от других типов ее деятельности, связанные с миром труда и других видов деятельности, необходимых для поддержания жизнеспособности.

Помимо этого, понятие досуг включает совокупность действий человека, противоположных обязательным занятиям. Ритмическая смена занятий – одна из основных потребностей человеческого организма, необходимая для поддержания его биологического равновесия [7, с. 56].

В оценке фонда свободного времени убедительно выглядит позиция, которой придерживается Г.И. Минц: «Досуг – часть свободного времени. К досугу относятся только те часы, которые используются для отдыха и развлечений. Время, отдаваемое учебе, общественной работе, детям и разным творческим занятиям, является частью свободного времени, но к досугу не относится» [9, с. 98].

Мы разделяем также точку зрения А.И. Кравченко, автора «Социологического словаря», в его определении досуга: «Досуг – та часть свободного времени (оно является частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению. Досуг входит как составная часть в категорию «свободное время», которое, в свою очередь, выступает частью внепроизводственного времени. Последнее включает: время на домашний труд и самообслуживание, время на сон и еду, время на передвижение к месту работы и обратно, свободное время, затрачиваемое на

учебу, воспитание, общественную деятельность. Досуг – это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости. Досуг – это деятельность, которой люди занимаются просто потому, что она им нравится» [8, с.36].

Отдых с самого начала рассматривалась как социальное явление, отражение социальной и духовной природы человека. Его содержание зависит от исторического и культурного контекста, и изменяется в зависимости от господствующей системы ценностей в обществе. Характер досуга определяется путем человеческой деятельности, сложившихся традиций и обычаев, социальных норм, правил эстетических идей. В отличие от отдыха отпуск в самом широком смысле - категории, особенно медико-биологические, а затем социальные. Определение соотношения биологического и социального в основном распространяется на досуге и отдыха. В то же время он подчеркивает единство смысла двух последних понятий.

Таким образом, анимация является одним из направлений развития активности населения. Это один из социально-культурных механизмов, с помощью которого могут быть созданы условия для возникновения и раскрытия человеческих способностей и потребностей, для новых возможностей и способов использования в новых условиях жизни, т.е. повышения т.н. «качества жизни».

Напомним, что социокультурная анимация к концу двадцатого века уже представляла собой самостоятельное направление психолого-педагогической деятельности в сфере культурного досуга.

Социокультурная анимация – это особый вид культурно-досуговой деятельности общественных групп и отдельных индивидов, основанной на современных (педагогических и психологических) гуманистических технологиях преодоления социального и культурного отчуждения.

Обобщение теоретических идей анимации и опыта организации социально-культурной деятельности аниматоров во Франции, позволило Е.Б. Мамбекову дать следующее развернутое определение: «Социокультурная анимация представляет собой часть культурной и воспитательной системы общества и может быть представлена в виде особой модели организации социокультурной деятельности: как совокупность элементов (учреждений, государственных органов, организаций, аудиторий), находящихся в постоянных отношениях, которые характеризуют эту модель; совокупность занятий, видов деятельности и отношений, где ведущую роль играют аниматоры, профессиональные или добровольные, обладающие специальной подготовкой и использующие, как правило, методы активной педагогики» [19, с. 80].

За рубежом существует традиционная система экспертной помощи от профессионалов, которые на современном этапе, называются аниматоры или, в случае гостиничных услуг, гостиничных менеджеров, анимации, а также их организационных и образовательных, культурных, творческих и развлекательных инициатив - анимация социально-исторической работы.

Кроме того, в образе аниматора, по мнению С.И. Байлика, могут выступать и «представители следующих профессий: аниматор-мультипликатор – человек, который оживляет рисованные картинки; аниматор в бизнесе – человек, занимающийся увеличением продаж, оживлением бизнеса» [2, с.57] (т.е. тот, кто рекламирует товар в магазинах, проводит акции и лотереи, рассчитанные на привлечение внимания покупателей к определенному виду товаров и т.п.).

Таким образом, аниматоры – это специалисты по организации досуга в различных учреждениях, предоставляющих специальные мероприятия, программы проведения свободного времени; организаторы развлечений и спортивного проведения досуга.

Анимацию в литературе и средствах массовой коммуникации часто называют посредником между личностью и обществом. Анимация

основывается на общих методах социально-педагогических воздействий на каждую личность в отдельности и на группы, коллектив, нестабильную аудиторию и различные социальные общности в путешествии и на отдыхе.

Предпосылки для возникновения гостиничной анимации, в его современном понимании, являются негативные последствия индустриализации и урбанизации. И как следствие - повышенный спрос на широкий спектр туристических услуг (хобби-туры, экологические туры, различные виды спортивно-оздоровительного туризма, экскурсионно-развлекательные маршруты, спортивно-увеселительные и лечебно-восстановительные услуги и др.).

Помимо размещения и государственной власти отеля стали включать другие услуги для удовлетворения потребностей развлечения, отдых, развлечения эмоциональной разгрузки. В ежедневном использовании, туристические и гостиничные услуги и условия возникла концепция - вид деятельности, направленной на удовлетворение потребностей туристических анимации.

Таким образом, анимация в гостиничной индустрии представляет собой целостный процесс взаимодействия с гостями аниматоров в сфере досуга, основанного на соединении формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате этого взаимодействия удовлетворены релаксационно-оздоровительные, культурные, образовательные, культурно-творческие и художественные потребности и интересы участников этого процесса, условия для формирования социально активной личности, способной трансформировать окружающую действительность и себя в нем/

Само понятие «анимация» позволяет, с одной стороны, достаточно точно характеризовать цели социокультурной деятельности, выявлять ее одухотворяющий, консолидирующий характер, а с другой – обозначать собственно духовный аспект взаимоотношений субъектов и объектов

процесса, основанных на глубинном обращении к вечным ценностно-смысловым абсолютам духовности.

Учитывая все изложенное, можно согласиться с Л.В. Курило в том, что «анимация – это стимулирование полноценной рекреационной, социально-культурной досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение» [15, с. 75]. Такое определение в целом справедливо отражает специфику анимационной деятельности, которая проявляется на организационном, деятельностном и технологическом (методическом) уровнях.

Суть анимации досуга в этом районе является вовлечение представителей общества в активных формах отдыха. Это не ограничивает природу и специфику этого явления только внешние проявления, так как очень важной частью социально-культурной анимации - ее духовный, идеологический потенциал. Кроме того, понятие «работы анимации» имеет определенную двусмысленность и можно рассматривать с разных точек зрения. С одной стороны, анимационная деятельность – это деятельность, направленная на удовлетворение релаксационно-оздоровительных, культурно-образовательных, культурно-творческих потребностей и интересов человека посредством совместного специфического процесса взаимодействия между ним и специалистом в сфере анимации. С другой, анимационная деятельность – это деятельность по разработке, организации и проведению специальных программ проведения свободного времени.

Анимация имеет характеристики: осуществляется в свободное время; характеризуется свободой выбора, добровольного, активного, инициативного, как один человек, а также различных социальных групп; из-за национальных, религиозных, региональных особенностей и традиций; Она характеризуется разнообразием видов на основе различных интересов взрослых, молодежи и детей; Она характеризуется глубоко личным. Это гуманистическая, культурное развитие образовательного характера.

Для того чтобы в полной мере понять сущность анимационной деятельности, необходимо рассмотреть содержание, цели и задачи анимационного процесса, так как каждая анимационная услуга представляет особый процесс деятельности, суть которого обусловлена конкретными закономерностями (тематичностью, эмоциональностью, активностью, целеустремленностью и т. д.).

В ходе анимационного процесса аниматор помогает гостям увидеть объекты действия, способствующие зрительному восприятию определенной заданной темы (первая задача); услышать необходимую информацию или, например, музыкальное сопровождение, дополняющее увиденное (вторая задача); попробовать сделать подобное самому (третья задача); ощутить сопричастность к происходящему процессу (четвертая задача); приобщиться к процессу, овладеть практическими навыками (пятая задача).

Анализ сущности анимации активности отражает наличие взаимодействия различных элементов в нем, которые определяют три оригинальных уровней, которые можно классифицировать как: творчество - преобладание творческих моментов в деятельности; репродуктивный - простое воспроизведение закончено, ранее формы и методы; репродуктивного и творческого - открытие человека для себя новые вещи, новая цель.

Исходя из всего сказанного выше, определим анимацию как стимулирование полноценной рекреационной, социально-культурной, досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение. Анимация - это гостиничная услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Гостиничная анимация основана на личных человеческих контактах аниматора с отдыхающим, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и гостя в развлечениях, предлагаемых анимационной программой комплекса.

Таким образом, анимационные услуги – это, с одной стороны, рекреационные, социально-культурные досуговые, осуществляемые под руководством специалистов анимации. С другой стороны, анимационные услуги – это деятельность по разработке, организации и предоставлению специальных программ проведения свободного времени. Следует отметить, что упомянутая двойственность, зачастую, становится причиной различий в трактовке понятийно-терминологического аппарата в исследованиях анимации, анимационной деятельности авторами.

1.2. Характеристика особенностей гостиничных анимационных услуг

Анимационные гостиничные услуги являются одним из самых эффективных средств привлечения гостей в отель, влияющих на позитивную оценку туристом работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту отеля, позволяющие занять его таким образом, чтобы пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха в отеле и позыв к возврату в этот отель еще раз.

Анимация - наиважнейшая часть совокупной деятельности на предприятии (в отеле, ресторане, на крупном теплоходе и т. д.). Это не просто забава, а выражение высокой степени профессионализма гостиничной деятельности, важнейшая составная часть гостиничного продукта. Поэтому, как и всякая другая деятельность на гостиничном предприятии, анимация должна быть планируемой, четко регламентированной и организационно управляемой деятельностью, обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами.

Конечной целью анимации является удовлетворенность гостя отдыхом, его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции гостиничной анимации. Значение гостиничной анимации заключается в повышении качества, разнообразия и

привлекательности гостиничного продукта, увеличении количества постоянных клиентов, увеличении спроса на гостиничный продукт, повышении нагрузки на материальную базу предприятия, а, следовательно, и повышение эффективности ее использования, и, наконец, в повышении доходности и рентабельности гостиничной деятельности.

Из трех главных рекреационных функций (лечебной, оздоровительной и познавательной) анимация выполняет прямым образом две функции - спортивно-оздоровительную и познавательную. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция. В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие функции гостиничной анимации:

- адаптационная функция, позволяющая перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- компенсационная функция, освобождающая человека от физической и психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующая функция, создающие положительные эмоции и стимулирующая психическую стабильность;
- оздоровительная функция, направленная на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- информационная функция, позволяющая получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
- образовательная функция, позволяющая приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующая функция, приносящая интеллектуальное и физическое совершенствование;
- рекламная функция, дающая возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме и т.д.

Таким образом, мы определили основные функции анимации, которые необходимо учитывать в целевом конструировании анимационных программ. Конечной целью анимации является удовлетворенность гостя отдыхом, его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил. В этом заключаются важнейшие рекреационные функции анимации.

Разнообразие функций рекреационной анимации обусловило и многообразие видов анимационной деятельности, разновидностей анимационных программ и мероприятий (рис.1).

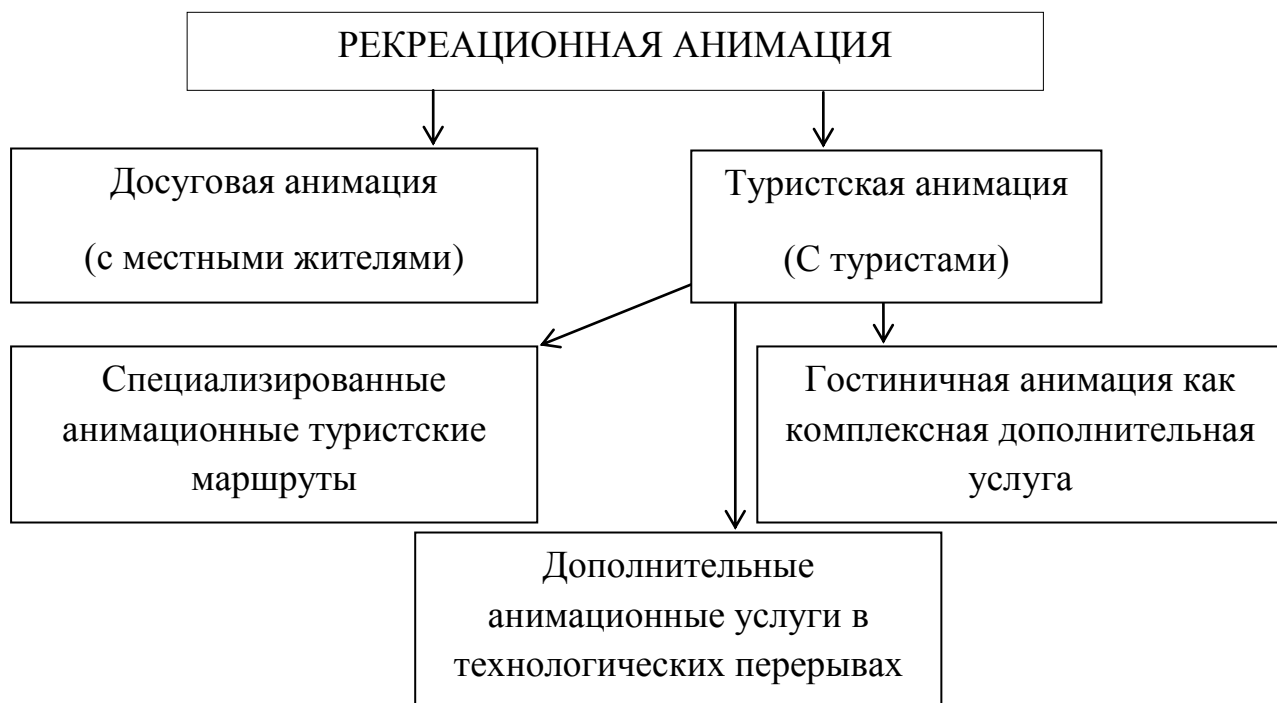


Рис. 1. Разновидности рекреационной анимации

Анимационные маршруты – целевые туристические поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках. Такая анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по содержанию, стимулирующему душевные

силы. К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, научные, фестивальные, карнавальные и спортивные. Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах – программы, предназначенные для «поддержки» основных услуг, оговоренных в турпакете, и действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды (при организации спортивных и самодельных туров, на пляжных курортах) и т. д. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах аниматора с гостем и совместном участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой комплекса. Туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. При подготовке анимационных программ учитываются такие особенности гостей, как пол, возраст, национальность, а также активность участия клиентов.

Таким образом, рекреационная анимация - вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека. Досуговые программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими и курортными предприятиями с туристами, отдыхающими и гостями, так и досуговыми предприятиями с местными жителями. Это дает право утверждать, что понятие рекреационная анимация шире, чем понятия туристская и гостиничная анимация. Что касается туристской и гостиничной анимации, то они тесно связаны с рекреационной, так как главная роль анимационных программ как в отелях, туркомплексах и санаториях, так и специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, в отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения и т. д., иными словами в восстановлении жизненных сил и энергии.

Анимация в гостинице понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга на

туристских предприятиях: туркомплексах, отелях, гостиницах, турбазах и др. Иными словами, гостиничная анимация - это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это часть туристской анимации, хотя и наиболее значимая. Причем, анимационные программы различаются при клубной организации отдыха, в гостиничных цепях и в гостиницах разной целевой направленности и разной величины.

Индустрия гостеприимства – это бизнес, направленный не только на обеспечение жильем и пищей приезжих людей, но также на организацию их досуга. Современная гостиница – это не просто место для проживания, а культурный центр, где люди имеют возможность, переключаться с трудовой деятельности на отдых и развлечения.

С точки зрения системного подхода гостиничная анимация -это удовлетворение специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном времяпровождении, развлечении. Диапазон этих потребностей очень широк, поскольку люди, отправляющиеся на отдых вкладывают в это понятие совершенно разный смысл (путешествие, прогулка по лесу, чтение книг, рыбалка и т.п.) Соответственно спросу и мотивации путешествий в практике туристского обслуживания сложились следующие виды анимации, удовлетворяющие различные потребности (таблица 1).

Таблица 1

Классификация видов анимации

Анимация в движении	удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием, с приятными переживаниями
Анимация через переживание	удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при преодолении трудностей, при открытиях, при общении
Анимация через общение	удовлетворяет потребность в общении с новыми людьми, с интересными людьми, с открытием внутреннего мира людей и познанием себя через общение

Анимация через успокоение	удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, потребность в покое и «праздной лени»
Культурная анимация	удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через соприкосновение с памятниками и современными образцами культуры страны, региона, народа, нации
Творческая анимация	удовлетворяет потребность человека в творчестве, в демонстрации своих творческих созидательных способностей, в установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество, сотворчество.

Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер по отношению к данным видам анимации, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ, как бы кирпичиками того здания, которое представляет собой анимационная программа.

Анимационная программа включает в себя множество спортивных игр, упражнений и соревнований, что делает эти программы более ярким, интересным и полезным для укрепления, восстановления здоровья, поэтому в конъюнкции анимации и спорта часто и достигается наибольшее восстановление и лечебный эффект.

Традиционным видом автобусного туризма являются маршрутные поездки, сущность которых состоит в том, что программы для них составляются с учетом максимального использования автобусов в течение всей поездки. В последнее время получил развитие комбинированный автобусный туризм - маршрутный туризм и отдых, привлекающий туристов сочетанием познавательного путешествия и оздоровительного отдыха.

Автобусные туры популярны как летом, так и зимой. Поскольку введение автобусных туров всегда являются россияне достаточно

стабильным спросом. Популярность автобусных туров никогда не уменьшились. Конечно, успех автобусных туров во многом обусловлен их доступной цене. Равным образом, клиенты привлекают обширные познавательные возможности, которые обеспечивают автобусные туры. Ошибочное мнение, что автобусные фирмы клиенты - бедные люди, которые не могут путешествовать более комфортно. Автобусные туры по насыщенности впечатлений, их яркости и глубине не идут ни в какое сравнение с традиционным туром «самолет - одна страна». Анимационные программы на протяжении всего периода пребывания туриста в транспорте должны обеспечить ему полную удовлетворенность (ощущение исполнения желания, мечты, достижения цели путешествия).

Анимационные транспортные маршруты – целевые туристические поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках. Такая анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по содержанию, стимулирующему душевные силы. К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, научные, фестивальные, карнавальные и спортивные.

Самые популярные туры похожи среди любителей семейного отдыха, молодоженов и небольших молодежных групп.

Если мы рассмотрим специфику автобусного тура в том смысле, что все мероприятия, организованные во время поездки на борту должен быть спланирован и работал как тур может длиться несколько дней и происходит практически в замкнутом пространстве. Поэтому, перед началом каждого раунда аниматора разрабатывает и утверждает анимационную программу на весь период путешествия.

На каждый день (по часам) составляется точное расписание мероприятий. Чтобы поддерживать атмосферу, запланированную для тура с определённой культурной тематической анимационной программой, особенно тщательно продумывается использование географических и культурных ресурсов, на базе которых проводится данный тур. Обязательно используются региональные творческие коллективы, как на местах стоянок, так и приглашаемые для участия в туре на весь период путешествия.

Общая программа анимации готовится таким образом, чтобы развлекательные и спортивные элементы были разнообразны по своей форме, интересны туристам и, чтобы в проводимых мероприятиях было задействовано как много больше участников. Сценарий, музыка, костюмы - все четко продумывается и организуется аниматором, который сам активно принимает участие в программе.

Таким образом, рассмотрев теоретические аспекты анимационных услуг, предоставляемых предприятием сферы сервиса в первой главе, мы пришли к следующим выводам, что анимация в транспорте является одним из эффективных средств привлечения гостей на предприятие. Она влияет и на позитивную оценку работы гостиницы в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в них положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание ещё раз выбрать этот тур.

Исследовав понятия анимации и гостиничной анимации, мы пришли к выводу, что анимация - это своеобразная услуга, преследующая цель - повышение качества обслуживания, и в то же время - это своеобразная форма рекламы, форма повторного привлечения гостей и их знакомых, преследующая цель продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристского бизнеса. В свою очередь, гостиничная анимация - комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личных человеческих контактах аниматора с гостем, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и клиента в

развлечениях, предлагаемых анимационной программой гостиничного комплекса, преследующая цель реализации новой философии гостиничного обслуживания, повышения качества обслуживания, уровня удовлетворенности гостя отдыхом и используемая в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из главных привлекательных услуг. Гостиничная анимация представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с гостями в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ АНИМАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ГОСТЕЙ ОТЕЛЯ «ЕВРОТЕЛЬ ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» ВО ВРЕМЯ АВТОБУСНОЙ ЭКСКУРСИИ

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Индустрия гостеприимства - это комплексная сфера деятельности работников, удовлетворяющих любые запросы, требования и желания клиентов. Составляющие индустрии гостеприимства - это различные средства коллективного и индивидуального размещения, такие как отели, гостиницы, мини-отели, молодежные хостелы, общежития и туристские приюты, транспортные услуги, предприятия питания и анимационные услуги.

Гостиничная анимация, в свою очередь, представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с гостями в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно – оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней.

Анимация в транспорте является одним из эффективных средств привлечения гостей на предприятие. Она влияет и на позитивную оценку работы гостиницы в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых пробудить в них положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание еще раз выбрать эту программу.

Гостиница «Евротель Центральный» находится всего в 2 км от центра Екатеринбурга, недалеко от Театра музыкальной комедии, кукольного театра, а также многих других известных достопримечательностей города. В работе дана характеристика предприятия, рассмотрена количественная и качественная характеристика персонала гостиницы, проведен анализ конкурентов

гостиницы, выявлены основные и дополнительные услуги. Основной удельный вес в общем объеме продаж занимают услуги проживания. В отеле имеются перечень дополнительных услуг, которые в свою очередь приносят дополнительный доход, но к сожалению, полностью отсутствуют мероприятия для организации досуга. Проведенный анализ организационно – хозяйственной деятельности гостиницы «Евротель Центральный» позволяет сделать выводы, что предприятие успешно функционирует на рынке гостиничных услуг, имеет выгодное месторасположение, цена на номера соответствует качеству обслуживания, структура гостиничного предложения сбалансирована с точки зрения получения дохода от различных услуг, а также ориентирована на группы потребителей, отдающих предпочтение этим продуктам.

В ходе разработки анимационной услуги во время автобусной экскурсии для гостей отеля «Евротель Центральный» было выявлено, что данная услуга считается востребованной. Соответственно, если есть потребность, необходимо принять меры по внедрению экскурсии с разработанной анимационной программой. Был проведен мониторинг среди трехзвездочных гостиниц города Екатеринбурга, что позволило сделать вывод, что введение анимационной программы во время экскурсий в перечень предоставляемых услуг сделает гостиницу более востребованной и укрепит ее позицию среди конкурентов.

Для гостей отеля нами была разработана анимационная программа во время автобусной экскурсии по городу Екатеринбургу «Знай наших», главной целью которой является предоставление информации на материале истории города.

В гостинице «Евротель Центральный» было проведено анкетирование среди 40 респондентов, которые являлись клиентами гостиницы в период с 28 марта по 24 апреля 2016 года. Проведенное анкетирование выявило, что

спектр дополнительных услуг очень важен для многих посетителей. Анимационная деятельность в настоящее время является важным критерием имиджа гостиничного предприятия и оценена клиентами очень низко. Большинство опрошенных удовлетворены количеством предоставляемых дополнительных услуг в отеле и тают, что необходимо внедрить новые услуги анимационного типа.

Анимационная программа будет являться своеобразной и очень действенной формой рекламы, повторного привлечения клиентов и их знакомых, осуществляющей продвижение данного продукта на рынке гостиничных услуг, а, следовательно, повышающей эффективность, доходность рентабельность предприятия.

Для того, чтобы организовать услугу, нам необходимо было провести экономические расчеты. Составлена смета расходов и расчет себестоимости программы, просчитаны наиболее вероятные риски, которые могут возникнуть при реализации. После внедрения программы прибыль отеля составит 25 700 рублей. Рентабельность внедренной программы составит 29,6 % - это выше уровня инфляции (10 – 12%). Срок окупаемости составит 6,5 месяцев. В целом по всем показателям программу можно считать экономически эффективной и рекомендовать к реализации.

Проведенные финансовые расчеты показали высокую рентабельность и быструю окупаемость анимационной программы. Таким образом, поставленная в выпускной квалификационной работе цель достигнута, задачи решены.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балашова Е.А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. – 2-е изд., перераб. и доп. / Е.А. Балашова. – М.: Вершина, 2011. – 200 с.
2. Байлик С.И. Вступление в анимацию гостеприимства [Учебное пособие] / С.И. Байлик. – Х.: Изд-во «Кроссруд», 2010. – 128 с.
3. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства /Пер. с англ. - М.: Аспект Пресс, 2008.
4. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес: Учебное пособие для вузов. - 2-е изд. / Ю.Ф. Волков. - Ростов-н/Д.: Феникс, 2009. - 637 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. / А.П. Дурович. - Минск: Новое знание, 2013. - 496 с.
6. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристической и гостиничной анимации: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2010.
7. Гальперина Т. И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации – М. РИБ «Турист» 2014.
8. Грей К.Ф. Управление проектами / К.Ф. Грей, Э.У. Ларсон. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 528с.
9. Голунов В. И Периодическое издание: // "Горячая линия: Туризм". - 2013. - № 3.
10. Драгичевич-Шешич М. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг [Текст] / М. Драгичевич-Шешич, Б. Стойкович. – Новосибирск: Тигра, 2010. – 165 с.
11. Зайцева Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие. – 2-е изд., доп. / Н.А. Зайцева. - М.: ФОРУМ, 2009. – 368 с.
12. Зорин И.В. Квартальнов В.А. Туристский словарь. Учеб. Пособие. - М., 2008.
13. Кобяк М.В. Управление качеством в гостинице: Учебное пособие для вузов / М.В. Кобяк. - М.: Магистр, 2009. - 511 с.

14. Кусков А.С. Гостиничное дело: Учебное пособие / А.С. Кусков. - М.: Дашков и Ко, 2009. - 328 с.
15. Курило Л.В. Теория и практика анимации: Ч.1. Теоретические основы туристской анимации [Учебное пособие] / Л.В. Курило. – М.: Советский спорт, 2011. – 195 с.
16. Линн Ван Дер Ваген. Гостиничный бизнес. Серия «Учебное пособие». – Ростов н/Д: «Феникс», 2011. – 416 с.
17. Лукьянова Л.Г. Рекреационные комплексы [Учебное пособие] / Л.Г. Лукьянова, В.И. Цыбук: под общ. ред. В.К. Федорченко. – К.: Вища школа, 2014. – 346 с.
18. Медлик С. Гостиничный бизнес: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (23000)/С. Медлик, Х. Инграм; [пер. с англ. А.В. Павлов]. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2010. – 239 с.
19. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. - 2-е изд. - Мн.: Новое знание, 2011. - 216с.
20. Приезжева Е.М «Социально-культурная анимация в туризме» – Москва, РЫБ «Турист». 2011.
21. Саак А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Учебное пособие / А.Э. Саак, М.В. Якименко. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.
22. Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: Учебное пособие / С.С. Скобкин. – М.: Магистр, 2011. – 447 с.
23. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учеб. Пособие. - М: Финансы и статистика, 2008. - 144 с.
24. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие. - 3-е изд. перераб. и доп. / Т.Л. Тимохина. - М.: Инфра-М, 2012. - 352 с.
25. Ткачева Т.Н. Рынок туристских услуг России // Международный

- бизнес России. - 2014, №11.
26. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Учебное пособие для вузов] / Т.Н. Третьякова. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 272 с.
27. Управление малым предприятием: прикладные аспекты предпринимательской деятельности: Учебное пособие / под ред. И.В. Мишуровой / Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». – Ростов н/Д, 2008. – 272 с.
28. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство: Учебное пособие / Пер. С англ.- 2-е изд.-М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 607 с.
29. Чудновский, А.Д. Менеджмент туризма: Учебник / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.С. Сенин. – М.: КНОРУС, 2010. – 448 с.
30. Яковлев Э. Д. Гостеприимство в России. М.: 2009. 235 с.

Глоссарий

Анимация – это разработка и предоставление специальных программ проведения свободного времени; организация развлечений и спортивного проведения досуга.

Досуг – та часть свободного времени (оно является частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению.

Социокультурная анимация – представляет собой часть культурной и воспитательной системы общества и может быть представлена в виде особой модели организации социокультурной деятельности: как совокупность элементов (учреждений, государственных органов, организаций, аудиторий), находящихся в постоянных отношениях, которые характеризуют эту модель.

Аниматор – это специалист по организации досуга в различных учреждениях, предоставляющих специальные мероприятия, программы проведения свободного времени; организаторы развлечений и спортивного проведения досуга.

Анимационные услуги – это, с одной стороны, рекреационные, социально-культурные досуговые, осуществляемые под руководством специалистов анимации; деятельность по разработке, организации и предоставлению специальных программ проведения свободного времени.

Анимационные транспортные маршруты – целевые туристические поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках.

Рекреационная анимация - вид досуговой деятельности, направленный на восстановление духовных и физических сил человека.

Гостиничная анимация - комплексная рекреационная гостиничная услуга, основанная на личных человеческих контактах аниматора с гостем, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и клиента в развлечениях, предлагаемых анимационной программой гостиничного комплекса, преследующая цель реализации новой философии гостиничного обслуживания, повышения качества обслуживания, уровня удовлетворенности гостя отдыхом и используемая в маркетинговой стратегии гостиницы как одна из главных привлекательных услуг.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Загруженность номерного фонда гостиницы «Евротель» на период
2011-2015 гг. по месяцам.

	2011	2012	2013	2014	2015
Январь	42,7	42,5	39,6	41,4	40,5
Февраль	44,5	43,3	42,4	42,6	43,2
Март	45,4	41,3	41,5	46,2	42,1
Апрель	43,7	42,3	42,2	43,1	41,3
Май	41,6	41,4	42,7	44,8	44,6
Июнь	40,8	41,7	43,6	42,6	41
Июль	40,9	41	41,2	43,4	45
Август	44,4	40	43,1	46,5	47,3
Сентябрь	42,3	37,6	45	47,1	43,4
Октябрь	41,7	37,4	41,7	42,7	42,2
Ноябрь	43,2	36,8	40,3	41,1	40,6
Декабрь	42,5	38	44,4	40,4	45

Анкета гостя

Дорогой гость!

Нам очень приятно, что Вы выбрали именно наш отель! Чтобы в следующий визит Ваше пребывание было еще более комфортным, мы хотим учесть все Ваши замечания и пожелания. Пожалуйста, заполните нашу анкету. Ваше мнение крайне важно для нас!

1. Ваш пол:

- Женский
- Мужской

2. Пожалуйста, отметьте ваш возраст:

- До 30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61 и более

3. Ответьте, пожалуйста, как часто вы останавливаетесь в гостиницах:

- Два раза и более в год
- Один раз в год
- Один раз в два года
- Один раз в 2-5 лет
- Затрудняюсь ответить

4. Вы впервые посетили нашу гостиницу:

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

5. Цель вашего визита:

- Отдых
- Деловая командировка
- Проведение мероприятий
- Туризм
- Другое

6. Что для вас было главным при выборе нашей гостиницы:

- Реклама компании
- Хорошие отзывы друзей, родственников
- Уровень предлагаемых цен и качество услуг
- Прошлый опыт посещения гостиницы
- Известность, бренд компании
- Наличие выгодных предложений, акций и скидок
- Затрудняюсь ответить

7. Оцените услуги отеля по качественным показателям по 10-бальной шкале, где 1 - совсем не удовлетворен, 10 - полностью удовлетворен,

Показатель:	Оценка
Номерной фонд	
Месторасположение	
Наличие номеров повышенной комфортности	
Спектр дополнительных услуг	
Анимационная программа для клиентов	
Кадровый состав гостиницы	
Ценовая политика в своем классе	

8. Хотели бы Вы, чтобы в гостинице появились дополнительные услуги анимационного типа (если да переходите к следующему вопросу, если нет – переходите к вопросу 13):

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

9. По вашему мнению, интересна ли такая дополнительная услуга, как анимация во время обзорной экскурсии по городу:

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

10. Хотели бы вы посетить такую экскурсию:

- Да
- Нет

- Затрудняюсь ответить

Если нет, укажите причину _____

11. Если у вас есть дополнительные пожелания или предложения в адрес гостиницы, просим указать их, они очень помогут нам улучшить эффективность и качество работы нашей гостиницы

12. Хотели бы вы вновь воспользоваться услугами нашей гостиницы

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

Если нет, укажите причину _____

13. Если вы хотите получать информацию о спецпредложениях и акциях в нашей гостинице, оставьте, пожалуйста, ваши контакты:

ФИО _____

Электронная почта _____

Телефон _____

Благодарим Вас за уделенное время. Ваши ответы помогут нам повысить качество обслуживания в нашей гостинице!

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Виды и формы культурно-досуговых программ для различных категорий населения

№	Вид культурно-досуговой программы	Форма культурно-досуговой программы	Возрастная категория участников
1.	Спортивные	Различные виды спорта	Спортсмены, школьники, молодежь
2.	Спортивно-оздоровительные	Танцевальный кружок, аква-аэробика, водное поло, трекинг, зарядка, аэробика, фитнес, зумба	Любители спорта
3.	Спортивно-развлекательные	Конкурсы, состязания	Любой возраст
4.	Спортивно-познавательные	Походы, пешеходные экскурсии	Любой возраст
5.	Экскурсионные	Различных видов экскурсии, обучающие программы	Любой возраст
6.	Культурно-познавательные	Посещение музеев, театров, кинотеатров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встречи с известными деятелями культуры	Любой возраст
7.	Приключенческо-игровые	Ролевые игры и конкурсы, посещение пещер, пиратские вылазки, вечер народных преданий и легенд, ночные походы, ночные спуски на горнолыжном курорте, тематические пикники	Школьники, молодежь, средний возраст
8.	Любительские (творческо-трудовые)	Изготовление поделок, общение на местном национальном языке, знакомство с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и.т.д., аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры	Любой возраст
9.	Зрелищно-развлекательные	Праздничные мероприятия, конкурсы фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера, концерты художественной самодеятельности	Любой возраст

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Квалификационные требования, предъявляемые к аниматорам

Виды профессиональной деятельности	Личностные качества аниматора	Квалификационные требования (специальные знания и умения для каждого вида деятельности)
1	2	3
Самодеятельная спортивно-туристская деятельность	Находчивость, наблюдательность, качества прирожденного лидера	Знания: отечественного и зарубежного опыта спортивного туризма; организационной структуры профессиональной деятельности в сфере спортивного туризма; методы и средства проведения методической работы в области спортивного туризма. Умения: организовать спортивно-туристскую деятельность; применять в профессиональной деятельности новейшие достижения в данной отрасли, а также современные средства и оборудование; разрабатывать туристские досуговые программы и маршруты.
Физкультурно-оздоровительная деятельность	Физическая тренированность, ловкость,	Знания: отечественного и зарубежного опыта массовой оздоровительной работы; организационную структуру профессиональной деятельности; методы и средства организации физкультурно-оздоровительной деятельности. Умения: организовать физкультурно-оздоровительную деятельность; с позиций современных достижений психолого-педагогической науки и передовой практики разрабатывать индивидуальные и групповые физкультурно-оздоровительные досуговые программы для населения.
Зрелищно-развлекательная деятельность	Коммуникабельность, артистизм, эмоциональность	Знания: туранимации, основ театрального искусства, режиссуры, и др. специальных дисциплин; организационной структуры профессиональной деятельности; умения: организовать зрелищно-развлекательные мероприятия; применять на практике знания по рекреологии, валеологии, туранимации; разрабатывать и реализовывать зрелищно-развлекательные программы.

1	2	3
<p>Познавательно-экскурсионная и обучающая анимационная деятельность</p>	<p>Память, эстетический вкус, интеллект</p>	<p>Знания: по истории мировой и художественной культуры; по экскурсоведению, религиоведению и краеведению; организационной структуры и содержания профессиональной деятельности в сфере экскурсионного туризма и музейной деятельности. умения: определять общие и конкретные цели и задачи экскурсионной деятельности как составной части гармоничного развития личности; осуществлять агентско-операторскую и методико-экскурсионную деятельность; проводить маркетинговые исследования; конструировать циклы музейно-экскурсионного обслуживания; программировать туристско-экскурсионную деятельность.</p>

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

По пути следования гостям предлагается просмотр фильмов на выбор:

1) «Тайна перевала Дятлова»(Длительность: 1 час 40 минут. Странные обстоятельства гибели группы из девяти опытных туристов под руководством Игоря Дятлова не дают покоя американской студентке Холи Кинг. Получив грант и собрав команду, девушка и ее друзья отправляются на Северный Урал, чтобы пройти тем же маршрутом, что и члены экспедиции в 1959 году, и попытаться разгадать причины их таинственной гибели)

2) «Евротур» (Длительность: 1 час 33 минуты. Скотт Томас – выпускник местной школы, которому нужна помощь в изучении немецкого языка и именно для этих целей он знакомится с жителем Германии по имени Майк и начинает с ним дружескую переписку. Причем он абсолютно уверен в том, что Майк – это парень и делится с ним своими переживаниями и проблемами, которые возникают у него с девушкой. Но, в конце концов он узнает, что Майк, точнее Микки – это обворожительная блондинка, которой очень понравился Скотт. И теперь он сделает все, чтобы увидеться с Микки, даже совершит путешествие по Европе)

3) «О чем говорят мужчины?» (Длительность: 1 час 33 минуты. В основе фильма лежит как раз путешествие по городам и весям нашей необъятной Родины, и в конечном итоге заканчиваются на берегу моря. Четверо состоявшихся в жизни мужчин – Леша, Слава, Камил и Саша – собираются отдохнуть от своих семей (особенно от жен) и уезжают в Одессу, где должно состояться выступление группы «Би-2». У каждого из них множество бытовых проблем, а у некоторых, и неразбериха в личной жизни, но, оказавшись в одной компании, они забывают обо всем и целиком отдаются дороге, утонув в разговорах о женщинах, детях, автомобилях, знаменитостях, супружеских изменах и обо всем, что придет в голову. Все эти разговоры в обязательном порядке живо проплывают в сознании героев)

4) «Ешь, молись, люби» (Длительность: 2 часа 14 минут. Героиня фильма – Лиз была несчастлива в браке. Наступил момент, когда она почувствовала, что живет не той жизнью, которой хотелось бы. Тогда она решается на развод, после которого отправляется в путешествие по миру в поисках себя. Приключения данной героини начинаются в Италии. Вместе с ней зрители будут бродить по живописным улочкам, научатся правильно говорить по-итальянски и наслаждаться изысканными блюдами. После чего отправятся в Индию, дабы познать философию Востока, обрести гармонию с собой, научиться держать равновесие и исцелиться от прошлой любви. Последняя остановка – экзотический индонезийский остров Бали. Жаркий климат, живописные пейзажи и, конечно, курортный роман)

5) «Мое большое греческое лето» (Длительность: 1 час 38 минут. В нем экскурсовод Джорджия просто работает. Работает, и об этом, собственно кино. Она рассказывает о главных достопримечательностях страны: Афинском Акрополе, Парфеноне, Олимпии и Дельфи. Тур увлекательный и интересный для тех, кто интересуется античностью. Однако, интернациональная группа Джорджии – не такая, исторические факты мало интересуют ее представителей. Они хотят валяться на пляже, есть мороженое, покупать сувениры... Это сильно огорчает эрудированного гида. А тут еще коллега строит козни – он хочет получить прибавку к зарплате. Главное очарование ленты в том, что там показаны исторические места)