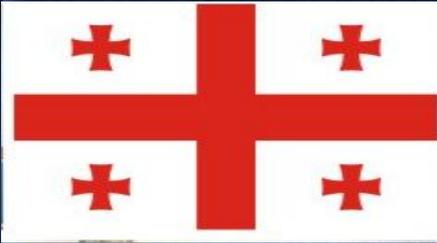


# “TEMPUS-Projekt Nr.: 158739-TEMPUS-2009-DE-JPHES/WENE T”

Доклад проф.: Нико Кварацхелия

- «Состояние проектной работы в рамках проекта WeNeT в Грузии»

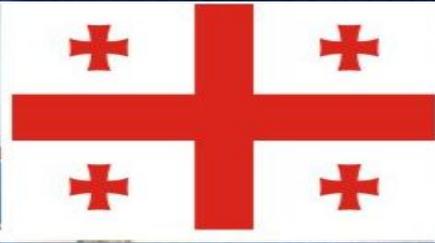


თავისუფალი  
TEUSU



## План доклада:

- Состояние проектной работы в ВУЗ-х Грузии;
- Предложения по поводу совершенствования методики разработки курсов;
- Грузинский опыт по составлению тестов для оценки слушателей курсов дистанционного обучения



**TSUER – Схема дистанционного обучения**

**Департамент  
Туризма  
И  
курортов**

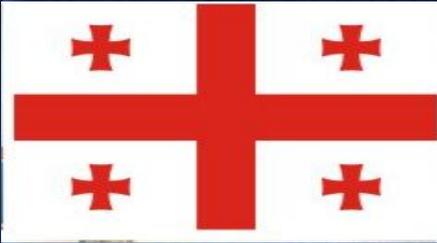
**Учебные курсы**

**Учебные тесты**

**Контрольные тесты**

**Тбилисская  
Мерия;  
Частный  
сектор**

**Сертификация – получение сертификатов**



**თბილისი**  
**TEUSU**



## Рабочий план 2010 года и выполненная работа

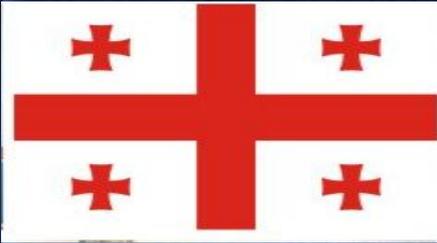
### I-Этап

#### **Формирование дистанционных курсов по переподготовке и повышения квалификации специалиста в сфере туризма**

- I.1 Была создана рабочая группа и утвержден план работы
- I.2 Принятие участия в рабочей встрече в Киеве определение задач на 2010 год.
- I.3 Был подготовлен проект соглашения и подписан между ВУЗ-ами членами консорциума

### II-Этап

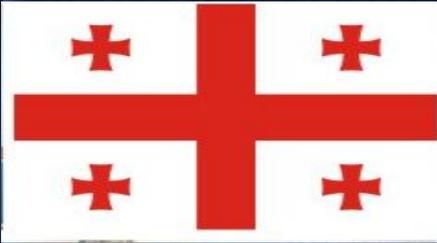
- II.1 Была начата работа над национальным порталом для представления на венской встрече
  - II.2 Были подготовлены материалы с целью приобретения техники (вид техники, количество, цена и т.д.);
  - II.3 С целью закупки техники были подготовлены трехсторонние договоры
  - II.4 Был создан национальный портал, презентация которого нам предстоит завтра
  - II.5 Оптимизация учебных курсов согласно установления потребности на них.
- Данная работа была проведена с участием Департамента туризма и курортов Грузии



Колледж Цнори

## Курсы дистанционного обучения

- Маркетинг туризма и стимулирование экотуризма
- Маркетинг агротуризма
- Винный туризм

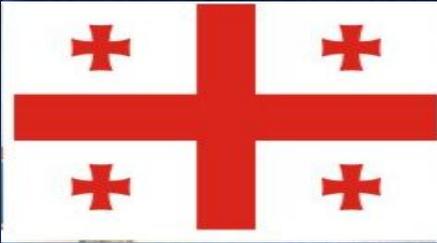


თბილისი  
TEUSU



## Структура курса: „Маркетинг туризма“:

1. Введение в маркетинг туризма , значение маркетинга в развитии туризма, специфичность спроса и предложении туризма в Кахети
2. Маркетинговое планирование и её основные компоненты.
3. Влияние окружающей среды туристического маркетинга на процесс пазвития туристического менеджмента.
4. Мотивация туристов и поведение покупателей.
5. Потенциал туристического рынка в Кахети
6. Дистрибуционные каналы в туризме
7. Создание туристического продукта и управление, формирование нового продукта в селском регионе.
8. Стимулирование туристического продукта и маркетинговые коммуникации в Кахети



თბილისი  
TEUSU

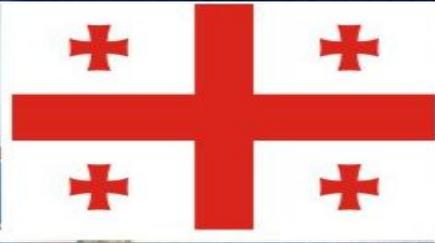


Европейская Комиссия  
TEMPUS

## Структура курса:

### □ Стимулирование экотуризма □

1. История экотуризма, массовый и альтернативный туризм, основные направления.
2. Политика страны, законодательное и государственное регулирование для сохранения природных и культурных ресурсов.
3. Поддержка устойчивого развития экотуризма и обеспечение образования.
4. Качество обслуживания экотуристов.
5. Формы и методы стимулирования экотуризма.
6. Рекламирование заповедников Кахетинского региона.
7. Планирование и управление экотуризмом. Использование и охрана природных ресурсов. Сохранение биоразнообразия.

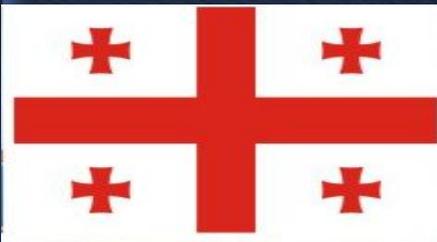


**თბილისი**  
**TEUSU**



## **Структура курса: Маркетинг агротуризма**

1. Введение в агротуризм (сельский туризм)
2. Сельское хозяйство, основные отрасли, традиции и культура Кахети
3. Потенциал агротуризма на местном рынке.
4. Социально-экономические значения агротуризма.
5. Организация агротуризма и обслуживание агротуристов.
6. Специфика продуктов агротуризма.
7. Стимулирование агротуристов и управление качеством ,их обслуживания (реклама, PR, персональные продажи, маркетинг)
8. Диверсификация туристических маршрутов в Кахетинском регионе.



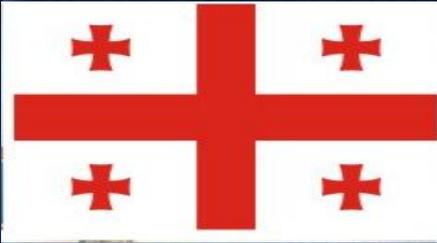
**თბილისი**  
**TEUSU**



Европейская Комиссия  
**TEMPUS**

## Структура курса: **Винный туризм**

1. Введение в “винный туризм”, её роль и география, краткая история виноградарства и виноведения
2. Грузия родина вина
3. Планирование винного туризма.
4. Менеджмент винного туризма.
5. Стратегия регионального развития Кахетии в 2010-2014
6. Винный продукт, бренд и способы стимулирования.
7. Поведение потребителя и формы мотивации винного туризма.
8. Телави и Сигнаги главные туристические центры
9. Влияние стимулирования на процесс продажи продукта.
10. Электронный маркетинг и винный туризм.
11. Винный продукт и перспективы развития винного туризма в Грузии



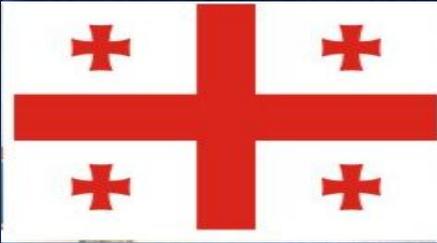
**თბილისი**  
**TEUSU**



## Батумская государственная морская академия

### **Курсы дистанционного обучения**

- Управление Логистикой в Туризме;
- Юридическое Регулирование и Страхование в Туризме;
- Управление Операциями Круиза;
- Экономика и Управление Туризмом;
- Культурный и Образовательный Туризм.



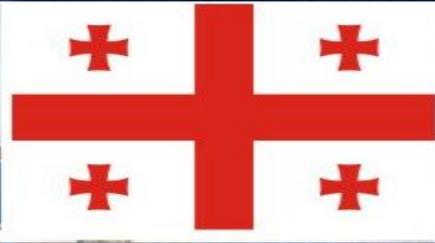
**თავისუფალი**  
**TEUSU**



Кутаисский университет

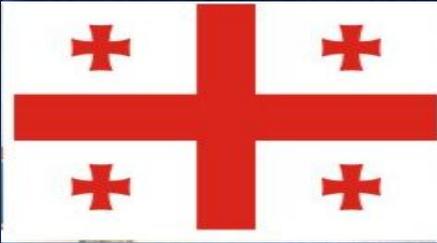
## Курсы дистанционного обучения

1. Учёт в туризме
2. Страхование в области туризма
3. Финансы Туризма
4. MICE менеджмент



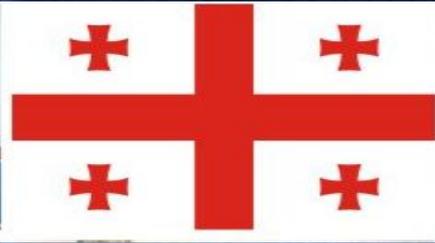
# Структура курса: Учёт в туризме

- 1 Особенности ведения бухгалтерского учёта в сфере туризма.
- 2 Учёт денежных средств.
- 3 Учёт краткосрочных и долгосрочных активов (Основные фонды и товарно-материальные запасы).
4. Учёт доходов. Классификация доходов; учёт доходов от основной и реосновной деятельности.
5. Учёт затрат.
6. Калькуляция себестоимости и определение финансовых результатов.
7. Учёт налогов.
8. Использование компьютерных систем в сфере туризма.



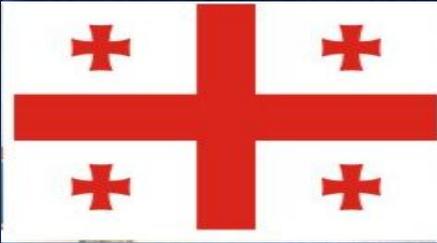
## Структура курса: Страхование в области туризма

1. Путешественное страхование, которое включает в себя как медицинскую помощь, так и потерю багажа, задержку рейса, расходы на проживания в гостинице.
2. Страхование Гражданской ответственности туристического агентства (от предъявленных претензии туристов и других лиц).
3. Международные «Зеленные Карты», которые являются особым видом страхования и предоставляют покрытие (возмещение) ущерба, нанесенного третьим лицам в результате управления автотранспортом за границей. Все страны участвующие в системе «Зеленой Карты» обеспечивают туриста услугами «assistance» на своей территории, без необходимости контакта со страховой организации происходящей страны туриста.
4. Разные виды имущественного страхования туриста, отдельно для автотранспорта и техники, которую турист привозит собой.



# Структура курса: Финансы Туризма

1. Значение финансов
2. Финансовая система
3. Финансы предприятий
4. Доходы организаций Туризма
5. Бизнес-план, финансовое планирование, составление бюджета

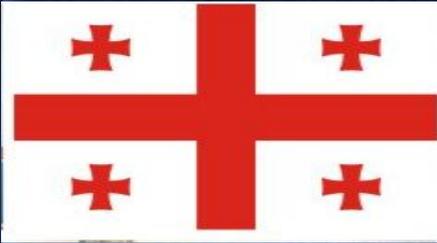


თბილისი  
TEUSU



## Структура курса: MICE менеджмент

1. Введение в MICE менеджмент. Этот модуль знакомит слушателей с основными принципами и методами, связанными с планированием, управлением и организацией специальных мероприятий.
2. MICE - Встречи-Интенсив-Конференции-Выставки. Этот модуль поможет слушателей проникнуть в суть важности MICE в туризме и индустрии туризма и развлечений. Затронутые темы включают следующее: история, структура, участники деятельности MICE, технологии, типы событий, особые требования в области MICE, способы привлечения спонсоров.
3. Риск-менеджмент и безопасность. Этот модуль научит слушателей управлять любой неожиданностью, которая может произойти при проведении мероприятий: шумная аудитория, опасные для жизни беспорядки на мероприятиях и т.д. Слушатели научатся управлять рисками не только скромных встреч, но и великих события, даже дня инаугурации президента. Этот модуль затрагивает такие темы, как алкоголизм и наркотики, сдерживание толпы, пожарная безопасность.



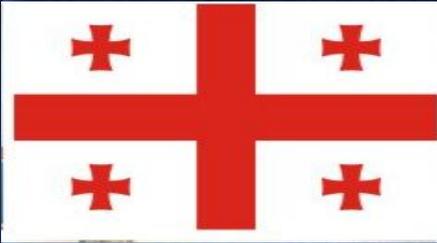
**თბილისი**  
**TEUSU**



# Тбилисский государственный университет экономических отношений

## Курсы дистанционного обучения

1. Менеджер Туризма и рекреации
2. Менеджмент гостиниц и ресторанов
3. Транспорт в Туризме
4. Экскурсоведение
5. Туроперейтинг

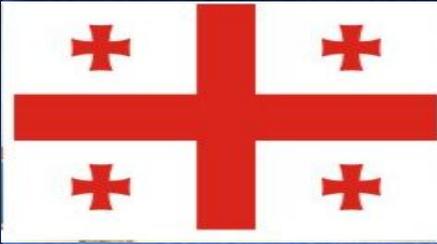


**თბილისი**  
**TEUSU**



# Структура курса: Менеджер Туризма и рекреации

1. ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ- ФЕНОМЕН, ПРОДУКТ, СЕРВИС, ИНДУСТРИЯ
  - 1.1. МЕНЕДЖЕР ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ И ВНЕШНЯЯ СРЕДА
  - 1.2. МЕНЕДЖЕР ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ И СОУЧАСТНИКИ
  - 1.3. МЕНЕДЖЕР ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ И ПЕРВЫЧНЫЕ АРЕАЛЫ ЗНАНИИ
2. ПРОФЕССИЯ- ДЕФИНИЦИЯ, ОПИСАНИЕ
  - 2.1. МЕНЕДЖЕР ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ В ДИНАМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ СИЛЫ
  - 2.2. МЕНЕДЖЕР ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ И ЕГО/ЕЕ РОЛЬ
  - 2.3. НАЧАЛЬНАЯ СТАДИЯ РАБОТЫ И СРЕДСТВА ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ
  - 2.4. ВИСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

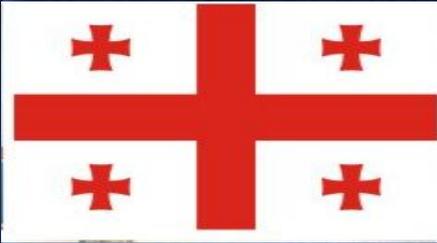


**თბილისი**  
**TEUSU**



## • Структура курса: Менеджмент гостиниц и ресторанов

1. Гостиничный бизнес: развитие и классификация
2. Организационная и управленческая структура гостиниц и ресторанов
3. Методы и стиль управления гостиницей
4. Ресторанный бизнес: развитие и классификация
5. Управление человеческих ресурсов гостиниц и ресторанов
6. Стандартизация и сертификация гостиниц и ресторанов
7. ИТ Технологии в управлении гостиниц и ресторанов



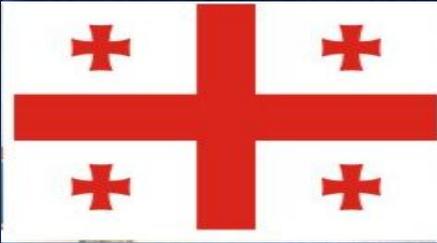
თბილისი  
TEUSU



Европейская Комиссия  
TEMPUS

# Структура курса: транспорт в туризме

1. Введение, история и развитие транспортной индустрии.
2. Обслуживание пассажирских перевозок как один из важнейших видов туристского продукта.
3. Мотивация передвижения туристов и путешественников.
4. Влияние транспортных средств на развитие экономики страны.
5. Транспортные средства в туризме и их основные характеристики.
6. Воздушный транспорт. Правовые аспекты воздушных перелётов и их регулирование.
7. Виды обслуживания пассажирских авиаперелётов (транзит, чартер и т.д.)
8. Водный транспорт. Морские круизы и меры безопасности туристов.
9. Железнодорожный транспорт, маршруты, документация пассажиров и организация перевозок турбагажа.
10. Условия международных перевозок туристов и их страхование.
11. Автомобильный транспорт. Права и обязанности пассажиров, страхование транспортных средств пассажиров и их багажа..
12. Развитие автомобильных дорог Грузии как важнейший фактор становления туристской инфраструктуры.

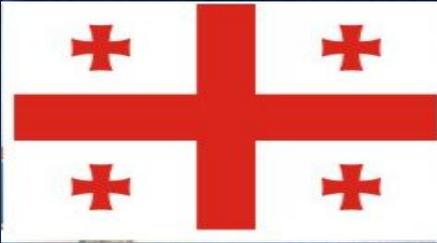


თბილისი  
TEUSU



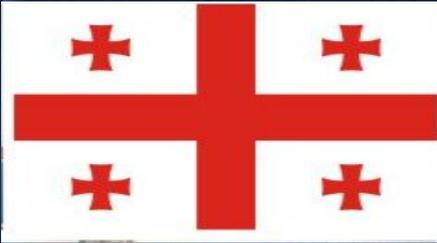
## Структура курса: Экскурсоведение

1. Теория: суть экскурсий; практика: География Тбилиси;
2. Теория: классификация экскурсий; практика: история о Тбилиси;
3. Теория: Экскурсовод. Требования к профессии; практика: Исторические памятники Тбилиси;
4. Теория: этапы подготовки экскурсий; практика: архитектура Тбилиси;
5. Теория: Технологическая карта экскурсии; практика: парки и сады города;
6. Теория: Методические приемы показа; практика: Пантеон писателей и общественных деятелей Грузии;
7. Теория: Методические приемы рассказа; практика: театры и музеи Тбилиси;
8. Теория: подготовка Индивидуального текста; практика: Тбилиси - политический, экономический и культурный центр Грузии;



# Структура курса: Туроперейтинг

1. Создание привлекательного туристского продукта
2. Особенности менеджмента туристской фирмы
3. Проектирование туров и туристская документация
4. Туристские формальности и безопасность в туризме
5. Вопросы обслуживания туристов (организация обслуживания)
6. Проблема удовлетворенности туристов в туристской фирме
7. Реклама и тактическое решение вопросов рекламы
8. Каталог и веб-страница туристской фирмы
9. Участие туристской фирмы в туристских ярмарках и выставках



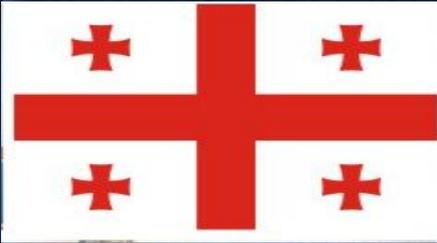
**თბილისი**  
**TEUSU**



Европейская Комиссия  
**TEMPUS**

## некоторые предложения по поводу совершенствования методики разработки курсов:

- В рамках минской встречи выработать общую методику преподавания курсов, в частности, определить: примерное количество часов; формы контроля; методику оценки; содержание и объем контрольных тестов, основного и дополнительного материала и т.д.
- Создать группы по темам (тематические группы), в которых войдут представители разных университетов, имеющих одинаковые темы для разработки дистанционных курсов;
- Избрать руководителей групп, которые по назначенному сроку представят отчет о проделанной работе;



## **Вопросник: Жестикуляция, мимика, отношения**

### **1. Взгляд:**

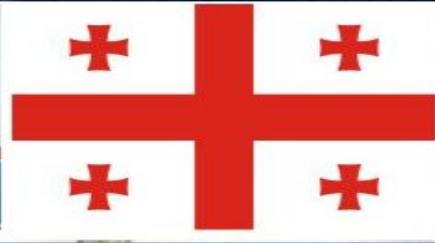
- a) бесцельный, бродящий
- b) фиксирующий
- c) пронизывающий
- d) одним взглядом все запонимайте

### **2. Жестикуляция руки:**

- a) в кулак
- b) Ладони вниз
- c) Ладони вверх. Руки обращенные собеседнику
- d) Руки в карманах

### **3. Руки:**

- a) Руки на спине
- b) Руки легко сгибаются, свисая
- c) Руки перед грудью перекрещенные
- d) правой рукой охватываете локоть левой руки



**თავსუ**  
**TEUSU**



#### **4. Верхняя часть туловища:**

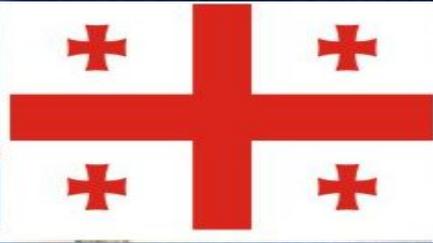
- a) легко нагнувшийся
- b) без движения
- c) раскачиваясь вперед-назад
- d) повернутый назад

#### **5. Стойка:**

- a) любите стоять широко расставленными ногами
- b) качатся то на одной, то на другой ноге
- c) на одной ноге
- d) Ноги на ширине плеч (трапеция)

#### **6. Расстояние с партнером:**

возможно близко  
варьируя расстояние  
между 80 и 120 см  
примерно 2 м



## 7. Движения:

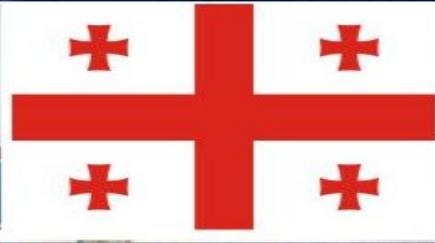
- a) двигайтесь медленно
- b) спокойно и контролируемо
- c) возможно много
- d) сильно приближаясь к партнеру

## 8. Голос

- a) Мягкий звук средней громкости
- b) резкий голос
- c) громкий голос
- d) очень тихий голос

## 9. Разговор

- a) однообразно-монотонный
- b) отчетливо преувеличенный
- c) быстрый и неразборчивый
- d) четкий



**თბილისი**  
**TEUSU**



### **10. Язык:**

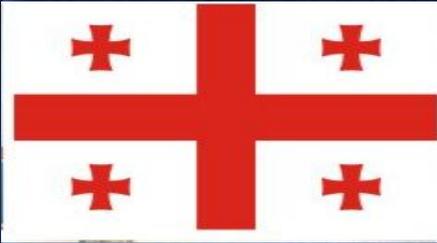
- a) употребляйте много местоимений, типа "ах"
- b) много терминов
- c) простой, понятный, ориентированный на партнера
- d) от темы отклоняйтесь

### **11. Внешний вид (одежда):**

- a) одевайтесь очень модно
- b) без преувеличений и аккуратно
- c) ваша одежда ухоженная, но не в моде
- d) свободно и небрежно

### **12. Прочее:**

- a) (Вы:) обязательный, открытый, предупредительный, услужливый
- b) (Вы:) прежде всего строгий но деловой
- c) (Вы:) Выполняйте всю работу
- d) (Вы:) сами принимайте Решения



**თბილისი**  
**TEUSU**

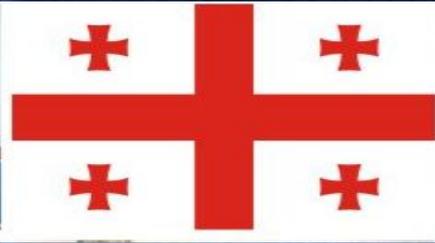


## **Тест № 2 Жалобы туристов**

**1. Клиент жалуется на приостановленную стройплощадку рядом с отелем. Вид с комнаты от этого ухудшился. У номера есть вид на море. Существует ли для жалобы туриста достаточный недостаток?:**

- a) Туристический недостаток не существует, так как приостановленная стройплощадка не мешает виду на море.
- b) Туристический недостаток существует, так как именно вид стройплощадки не эстетичен, что вызывает неудовлетворительность туриста.
- c) Существует значительный туристический недостаток, так как речь идет о тяжелом нарушении, которое уполномочивает клиента на жалобу.

**2. Пляж перед отелем совершенно загрязнен. Наряду с этим сточные воды также текут в море. Клиент жалуется ссылаясь на проспект, в котором сообщают о белоснежном песчаном пляже с чистой водой. Руководитель туристской группы думает однако что клиент мог бы купаться и в бассейне. Кроме того, пляж действительно чист и находится примерно в 800 м от отеля.:**



**თავსუ**  
**TEUSU**



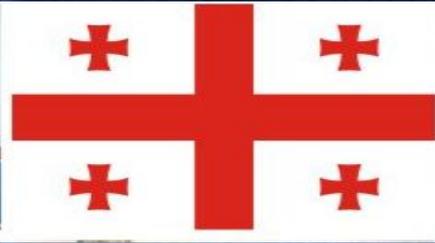
- a) Клиент может пользоваться правом на жалобу. Недостаток существует.
- b) Руководитель путешествия может рекомендовать клиента бассейн, так как 800 м расстояние также приемлем.

***3.Ночью клиент поздно возвратился домой, в темноте в гостиничном холле он ударом опракинул статую св. Антония. Шум разбудил некоторых туристов. Клиент жалуется и требует из-за нарушения ночного покоя возмещения ущерба:***

- a) Одноразовое и краткосрочное нарушение не является недостатком в поездке.
- b) Клиент может стремиться получить компенсацию на один день ночь из-за причиненного неудобства.

***4. Почему важно указывать время (час) порождения рекламации?***

- a) Время лучшее воспоминание о процессе.
- b) Для безопасности клиента.
- c) Дата рекламации может быть полезным при оказании помощи



**თბილისი**  
**TEUSU**

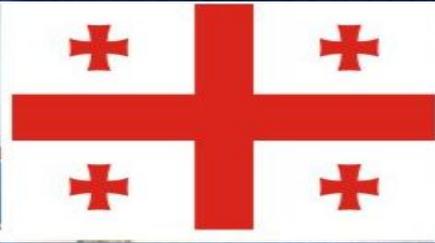


**5. Почему описание помощи также должно точно указываться?:**

- a) Чтобы знать, что произошло.
- b) Чтобы доказать клиенту, что жалоба могла бы устраняться.
- c) Чтобы подтвердить, что недостаток был устранен и права клиента существуют лишь на время между рекламацией и устранением неисправностей.

**6. Почему также нужно указывать клиенту сроки в листе рекламации?:**

- a) Так как сроки особенно важны.
- b) Так как статистика рекламации нуждаются в документах.
- c) Так как клиент после определенного срока может прибегнуть к самопомощи или при значительном туристическом недостатке написать жалобу.



**თბილისი**  
**TEUSU**



Европейская Комиссия  
**TEMPUS**

## ***7. Почему нужно собирать для отдельных недостатков свидетельские показания?***

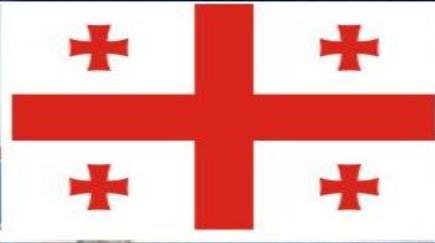
- a) Чтобы этим подтвердить работодателю свою хорошую работу?
- b) Так как лучше иметь в распоряжении несколько имени.
- c) Благодаря им в случае судебной дискуссии можно предлагать контраргумент или опровергать утверждения путешественника.

## ***8. Почему фиксируется на фотографиях определенные туристские недостатки?***

- a) Фотографии поддерживают воспоминание
- b) Также путешественник часто преднамеренно делает фотографии для рекламаций.
- c) Так как без свидетельских показаний ничем больше нельзя доказывать Настоящие отношения в пункте назначения из-за прошествии времени.

## ***9. Почему должны придерживаться обязательному указанию даты и времени?***

- a) Важно знать, когда поступила просьба туриста, чтобы вовремя отвечать просьбам гостя.



**თავსუ**  
**TEUSU**



b) Некоторые гости оспаривают эту дату позже.

c) Эта дата важна для организатора поездки, чтобы он решил какие услуги получил клиент и какие следует возместить, чтобы предоставить клиенту соответствующее возмещение.

**10. В каких случаях осуществляют замену номера, перенос даты или отклоняют в замене?**

a) Следует придерживаться руководству и убедиться, что гость может быть этим доволен.

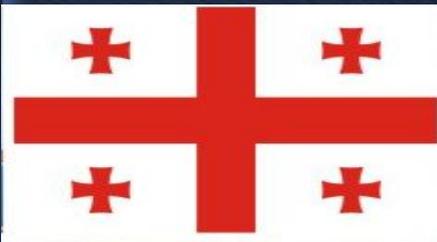
b) Следует придерживаться руководству, по которому клиенту должна быть предложена равноценная замена. Клиент может претендовать на порядок.

**11. Может ли руководитель туристской группы туристу оплатить за ущерб? Имеет ли он на это право?**

a) Принципиально нет, особенно без консультации с центром.

b) Да, если он этим может гостя удовлетворить.

c) Да, если у него есть при себе такое большое количество денег.



Благодарю за внимание!