

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Алтайский государственный педагогический университет»
(ФГБОУ ВО «АлтГПУ»)

УТВЕРЖДАЮ
проректор по образовательной
деятельности

_____ С.П. Волохов

**Технологии межкультурных коммуникаций в
туризме**

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Перевода и межкультурной коммуникации**

Учебный план zУТО43.04.02_2023.plx
43.04.02 Туризм

Квалификация **Магистр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	72	Виды контроля на курсах:
в том числе:		зачеты 1
аудиторные занятия	8	
самостоятельная работа	58	
часов на контроль	4	

Программу составил(и):

кфн, Доц., Кириллова Юлия Николаевна _____

Рабочая программа дисциплины

Технологии межкультурных коммуникаций в туризме

разработана на основании ФГОС ВО - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 г. № 556)

составлена на основании учебного плана 43.04.02 Туризм (Уровень: магистратура; квалификация: магистр), утвержденного Учёным советом ФГБОУ ВО «АлтГПУ» от 24.04.2023, протокол № 9.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Перевода и межкультурной коммуникации

Протокол № 6 от 30.01.2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. кафедрой Заюкова Елена Викторовна

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	1		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Контроль самостоятельной работы	2	2	2	2
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	10	10	10	10
Сам. работа	58	58	58	58
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	72	72	72	72

1.1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.1.1	формирование представлений о современных технологиях межкультурных коммуникаций в сфере туризма, а также формирование умений и навыков работы с инновационными технологиями, необходимыми для успешного ведения межкультурного диалога в данной сфере
1.2. ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
1.2.1	формирование представлений о национальных особенностях коммуникативного поведения участников межкультурной коммуникации, принципах и нормах конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов в сфере туризма, межкультурных и социокультурных барьерах и путях их преодоления в процессе коммуникации в данной сфере;
1.2.2	освоение основных способов работы над языковым и речевым материалом, формирование представлений и навыков работы с основными ресурсами, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании;
1.2.3	формирование представлений о требованиях к речевому и языковому оформлению устных и письменных высказываний с учетом специфики иноязычной культуры;
1.2.4	формирование умений и навыков работы с современными технологиями, способствующими эффективной организации системы межязыкового и межкультурного посредничества и подготовке специалистов в сфере туризма, способных с учетом специфики иноязычной культуры грамотно вести деловые переговоры, деловую корреспонденцию, свободно ориентироваться в условиях современного рынка туристских услуг;
1.2.5	получение умений составления деловых писем, сообщений и выстраивания монолога; записи тезисов устного выступления, письменного доклада по изучаемой проблематике; поддержания контактов при помощи электронной почты; использования информационных технологий для решения профессионально-прикладных задач (подготовка рекламного проспекта (буклета), презентации, экскурсии и т.д.);
1.2.6	получение умений создания, размещения и поиска информации в глобальных и локальных компьютерных сетях.
1.2.7	формирование навыков работы с сетевыми и мультимедийными технологиями для решения учебных и исследовательских задач;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Образовательные технологии и методы профессионального обучения в туризме
2.2.2	Страноведение и международный туризм
2.2.3	Стратегическое моделирование развития регионального туризма
2.2.4	Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий
2.2.5	Учебная практика: научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)
2.2.6	Инновационные технологии в менеджменте предприятий туристской индустрии
2.2.7	Трансграничное развитие туризма

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-5.1:	Учитывает в профессиональной деятельности фактор культурного разнообразия социальных групп и важность выстраивания межкультурного диалога
УК-5.2:	Демонстрирует соблюдение принципов и норм конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов
УК-5.3:	Анализирует и обосновывает возможность использования базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия
ОПК-6.3:	Представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
-----	--------

3.1.1	типологию культур, параметры сравнения культур Э. Холла и Г. Хофштеде, национальные особенности культур, отличия культуры инофонов и русскоговорящих, факторы культурного разнообразия (базовые ценности различных культур, отношения, убеждения, модели поведения) социальных групп, национальные особенности коммуникативного поведения в межкультурной коммуникации, принципы и нормы конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов в сфере туризма, межкультурные и социокультурные барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации;
3.1.2	современные научные концепции и методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг и удовлетворения запросов потребителей, алгоритм ведения исследования.
3.2	Уметь:
3.2.1	понимать необычную, «чужую» языковую и культурную действительность, учитывать и преодолевать лингвокультурные барьеры в общении с представителями различных социальных групп, оперировать национально-культурными символами и стереотипами, преодолевать стереотипы и конструктивно выстраивать межкультурный диалог, создавать прагматически адекватные тексты на родном и иностранном языках;
3.2.2	предлагать научно-аналитическое обоснование выбора концепции развития предприятий сферы туризма, систематизировать и интегрировать теоретические знания в процессе осуществления самостоятельной научно-исследовательской деятельности; излагать результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.
3.3	Владеть:
3.3.1	навыками использования базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия, комплексом приемов для успешного ведения межкультурного диалога в общей и профессиональной туристической сферах;
3.3.2	навыками представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	Раздел 1. Современные технологии межкультурных коммуникаций в сфере туризма				
1.1	Сущность межкультурной коммуникации. Типология культур. Подходы к определению понятия «межкультурная коммуникация». Типы, уровни и формы межкультурной коммуникации. Проблема понимания при межкультурных контактах. Типы культур. Культурное многообразие мира. Параметры сравнения культур Э. Холла и Г. Хофштеде. /Лек/	1	2		
1.2	Сущность межкультурной коммуникации. Типология культур. Подходы к определению понятия «межкультурная коммуникация». Типы, уровни и формы межкультурной коммуникации. Проблема понимания при межкультурных контактах. Типы культур. Культурное многообразие мира. Параметры сравнения культур Э. Холла и Г. Хофштеде. /Ср/	1	18	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	

1.3	Обзор современных технологий межкультурных коммуникаций в сфере туризма. Особенности межкультурной коммуникации в сфере туризма. Роль современных инновационных технологий в формировании иноязычной коммуникативной и межкультурной компетенций специалиста в области туризма как медиатора в межкультурной коммуникации. Обзор электронных ресурсов, сетевых и мультимедийных технологий для успешного ведения межкультурного диалога в сфере туризма. /Лек/	1	2	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	
1.4	Обзор современных технологий межкультурных коммуникаций в сфере туризма. Особенности межкультурной коммуникации в сфере туризма. Роль современных инновационных технологий в формировании иноязычной коммуникативной и межкультурной компетенций специалиста в области туризма как медиатора в межкультурной коммуникации. Обзор электронных ресурсов, сетевых и мультимедийных технологий для успешного ведения межкультурного диалога в сфере туризма. /Ср/	1	20	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	
1.5	Использование современных технологий как необходимое условие создания в сфере туризма прагматически адекватных инокультурных сообщений. Восприятие и «порождение» с использованием современных технологий прагматически адекватных инокультурных сообщений, реализуемых в устной и письменной формах (деловых писем, докладов, научных статей, рекламных проспектов (буклетов), туристических маршрутов, экскурсий, презентаций и т.д.). /Пр/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	
1.6	Использование современных технологий как необходимое условие создания в сфере туризма прагматически адекватных инокультурных сообщений. Восприятие и «порождение» с использованием современных технологий прагматически адекватных инокультурных сообщений, реализуемых в устной и письменной формах (деловых писем, докладов, научных статей, рекламных проспектов (буклетов), туристических маршрутов, экскурсий, презентаций и т.д.). /Ср/	1	20	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	
1.7	ЗАЧЕТ /Зачёт/	1	4	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3 ОПК-6.3	

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Перечень индикаторов достижения компетенций, форм контроля и оценочных средств

ИУК-5.1 учитывает в профессиональной деятельности фактор культурного разнообразия социальных групп и важность выстраивания межкультурного диалога
 ИУК-5.2 демонстрирует соблюдение принципов и норм конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов
 ИУК-5.3 анализирует и обосновывает возможность использования базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия
 ИОПК-6.3 представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях

5.2. Технологическая карта достижения индикаторов

Лекционные занятия:
 Вопросы для самоконтроля 10
 Семинарские занятия:
 Вопросы к семинарским занятиям 25
 Самостоятельная работа:
 Практические задания 15
 Задания для самостоятельной работы 10
 Зачет:
 Итоговый тест 20
 Вопросы к зачету 20

5.3. Формы контроля и оценочные средства

- 3.1. Вопросы для самоконтроля:
1. Что такое межкультурная коммуникация?
 2. Назовите уровни межкультурной коммуникации в туристической сфере.
 3. Какие типы коммуникаций в туристической сфере Вам известны?
 4. Какие параметры положены в основу классификации корпоративных культур Г. Хофстеде?
 5. Какие параметры положены в основу классификация культур Э. Холла?
 6. Какие параметры положены в основу классификация культур Р. Льюиса?
 7. Что понимается под культурным релятивизмом?
 8. Какие стратегии аккультурации Вам известны?
 9. Что такое культурный шок?
 10. Назовите барьеры межкультурной коммуникации и способы их преодоления.
 11. Какие коммуникативные технологии в обслуживании клиентов в сфере туризма и гостеприимства Вам известны?
 12. Какие электронные ресурсы, сетевые и мультимедийные технологии могут быть использованы для успешного ведения межкультурного диалога в сфере туризма?
- 3.2. Вопросы по темам семинарских занятий:
1. Особенности и роль межкультурной коммуникации в сфере туризма.
 2. Понятие межкультурной коммуникации.
 3. Уровни межкультурной коммуникации в туристической сфере.
 4. Типы коммуникаций в туристической сфере.
 5. Культурное многообразие мира. Типология культур. Классификация корпоративных культур Г. Хофстеде. Классификация культур Э. Холла. Классификация культур Р. Льюиса.
 6. Понятие культурного релятивизма.
 7. Аккультурация и ее основные стратегии.
 8. Проблема понимания при межкультурных контактах. Барьеры межкультурной коммуникации и способы их преодоления.
 9. Культурный шок.
 10. Коммуникативные технологии в обслуживании клиентов в сфере туризма и гостеприимства.
 11. Техники установления и поддержания эффективных коммуникаций с потребителями в сфере туризма.
 12. Технологии обеспечения содержательного и эффективного информирования клиентов и партнеров.
 13. Роль современных инновационных технологий в формировании иноязычной коммуникативной и межкультурной компетенций специалиста в области туризма как медиатора в межкультурной коммуникации.
 14. Обзор электронных ресурсов, сетевых и мультимедийных технологий для успешного ведения межкультурного диалога в сфере туризма.
 15. Современные научные концепции и методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг и удовлетворения запросов потребителей, алгоритм ведения исследования.
- 3.3. Примеры тестовых заданий:
1. Адекватное взаимопонимание двух участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам, называется
 - a) межкультурной коммуникацией
 - b) аккультурацией
 - c) ассимиляцией
 - d) адаптацией
 2. Автором классификации мировых культур на моноактивные, полиактивные, реактивные является

- a) Г. Хофстеде
- b) Э. Холл
- c) Р. Д. Льюис
- d) Г. Р. Уивер
- 3. Для культуры России свойственен
 - a) коллективизм
 - b) индивидуализм
 - c) малая дистанцированность от власти
 - d) низкий уровень избегания неопределенности
- 4. Данные характеристики (одна единица времени = одна задача, пунктуальность, планирование жизни, расписание, организация деятельности в определенной последовательности) типичны для
 - a) моноактивной культуры
 - b) реактивной культуры
 - c) полиактивной культуры
 - d) культуры высокого контекста
- 5. Психическое расстройство у туристов (в основном у японских), посещающих Францию, называется
 - a) Французский синдром
 - b) Японский синдром
 - c) Парижский синдром
 - d) Версальский синдром
- 6. Верно ли данное утверждение: «Величина культурной дистанции зависит от ряда факторов (знание языка и культуры посещаемой страны, отношения между странами, условия пребывания и т.д.)»?
 - a) да
 - b) нет
- 7. В данном высказывании «Туроператор „Пегас-Тур“ — один из самых крупных и надежных туроператоров, работающих по направлению....» содержится аргумент
 - a) к делу
 - b) к авторитету
 - c) к мнению большинства
 - d) к тщеславию
- 8. Если речь идет о незапланированном общении во время туристических поездок, то в данном случае общение осуществляется
 - a) в малых группах
 - b) в больших группах
 - c) на индивидуальном уровне
 - d) на национальном уровне

3.4. Примеры практических заданий:

1. Приведите высказывания, содержащие 3 аргумента к делу (к пользе, авторитету, тщеславию), которые могут быть использованы для реализации интенции убеждения в приобретении туристской услуги, поддержании проекта.
2. Сравните родную культуру с чужой (по выбору) культурой, входящей в иную классификационную группу (модель Р. Льюиса) по плану: географические условия; религия; духовные ценности; отношение к пространству и времени; стили ведения переговоров; особенности невербальных средств общения. Представьте данный сравнительный анализ в письменном виде в виде доклада.
3. Прочитайте речь, посвященную презентации нового проекта и охарактеризуйте ее по следующим параметрам: интенция отправителя, стиль, этикетные формулы, лексика, риторические приемы, синтаксис, тактики.

Моделирование коммуникативной ситуации

Организационная составляющая:

место речевого (коммуникативного) акта — офис компании «Бюро путешествий „Горизонт“»;

время — 12 марта 2014 г., 14.00—14.30;

адресаты — потребители туристских услуг ООО «Бюро путешествий „Горизонт“» (наименование организации условное), директор детского дома № 5 г. N; представители социальных департаментов правительств Москвы и Московской области, представители органов местной власти; представители региональных СМИ; представители коммерческих структур;

адресант — генеральный директор ООО «Бюро путешествий „Горизонт“». Тематическая составляющая:

тема — презентация нового пилотного проекта.

Интенциональная составляющая:

речевая интенция — убеждение представителей государственных, коммерческих, финансовых структур, СМИ поддержать новый пилотный проект.

Стратегия — совершенствование имиджа компании, увеличение сегмента рынка и поддержание связей с постоянными

партнерами по бизнесу.

Содержание текста

Дамы и господа!

Рад приветствовать вас в нашем офисе! Надеюсь, что сегодняшняя встреча станет для нас началом замечательной традиции — открытого, конструктивного диалога компании, представляющей на рынке туристские услуги, с потребителями этих услуг. Наш клиент особенный, что приятно отметить, это путешественник, человек, желающий открыть для себя целый мир, а значит себя в этом мире. И мы, профессионалы, делаем все возможное, чтобы это открытие было ярким, радостным, комфортным. Вместе с тем мы понимаем, что не каждый человек в состоянии осуществить свои мечты, свои желания. Сегодня мы представляем вашему вниманию новый пилотный проект, реализация которого даст возможность постичь мировую культуру различным социальным категориям. Речь идет о детях, и мы, взрослые, способны сообща подарить детям России радость.

Мы рады сообщить, что наша компания ООО «Бюро путешествий „Горизонт“» совместно с ведущими туроператорами России, правительствами Москвы и Московской области открывает так называемые социальные туры по двум тематическим направлениям: «Мир глазами ребенка» и «Наш дом — Россия».

Сегодня в рамках первого нового проекта мы дарим поездку по Европе (детские парки и развлечения) детскому дому № 5. Поездка рассчитана на 40 человек.

В рамках направления «Наш дом — Россия» планируется тур по Золотому кольцу России для школьников Москвы и Московской области, преимущественно из малообеспеченных семей. Это наши первые начинания в области социального туризма, и мы будем надеяться на поддержку данного проекта органами власти, СМИ, общественными организациями и коммерческими структурами.

Конечно, мы не забываем о своих постоянных клиентах и сегодня с удовольствием представляем автобусный тур по городам Франции, который разработан нашим постоянным партнером — туроператором «Туртранс-Вояж» и называется ярко и романтично — «Ароматы и вкусы Франции».

Франция, как известно, не только законодательница моды, но и королева изысканных ароматов: французский парфюм, французский коньяк, французское шампанское, французская кухня... Я не называю конкретные бренды (вы их прекрасно знаете) — речь идет о гарантии качества, символе обеспеченности, залоге хорошего настроения.

Наш тур пройдет по городам Франции, каждый из которых откроет для Вас красоту и особенное обаяние Франции: Реймс, Париж, Коньяк, Ла Рошель, Марсель — это далеко не полный перечень французских городов, которые вы сможете посетить. Тур рассчитан на 16 дней, отличается комфортностью: отсутствуют продолжительные ночные переезды. Стоимость тура — 40 000 рублей, включая авиаперелет Москва — Париж — Москва. Для постоянных клиентов мы делаем скидки до 10%. Расписание тура входит в общий каталог автобусных туров по Европе под номером 20А.

Сейчас вы можете посмотреть небольшие видеосюжеты о турах, представленных вашему вниманию. К вашим услугам каталоги, проспекты по всем туристическим направлениям.

Наши менеджеры готовы ответить на все интересующие вас вопросы. Сегодняшняя презентация — особое, знаменательное событие в жизни нашей компании, и мы благодарим всех присутствующих за поддержку нового, перспективного проекта. Спасибо за внимание.

4. Вашему вниманию предложены рекламные тексты ведущих российских туроператоров. Проанализируйте тексты по следующим позициям: учет фактора адресата; наличие этикетных формул; использование фигур речи и их целевое назначение; использование речевых тактик. Какой текст, на ваш взгляд, составлен наиболее грамотно с позиций лингвопрагматики?

Текст 1.

Дорогие друзья!

Компания МОСТРЭВЕЛ рада приветствовать вас и предложить вашему вниманию новое, динамично развивающееся направление — Объединенные Арабские Эмираты!

ОАЭ — это одно из самых популярных туристических направлений. В то время, когда на Средиземноморье курортный сезон уже заканчивается, здесь он только начинается.

ОАЭ — это яркое солнце 360 дней в году, теплое чистое море, белоснежные песчаные пляжи, завораживающие пейзажи пустыни и современных мегаполисов, сочетание восточной экзотики и высококачественного обслуживания.

ОАЭ — это отдых на любой вкус: теннисные корты, поля для гольфа, ипподромы для любителей активного отдыха; прекрасные развлекательные парки для семейного отдыха; бизнес-центры и конференц-залы для делового туризма; роскошные торговые центры и восточные базары для любителей шопинга.

Добро пожаловать в ОАЭ с компанией МОСТРЭВЕЛ!

Текст 2.

Уважаемые дамы и господа!

Я рад представить вашему вниманию каталог «Национальной туристической компании Интурист», подготовленный нашими специалистами к сезону «Зима 2008—2009». Учитывая динамичность и конкуренцию на рынке туристических услуг, наша компания не может себе позволить стоять на месте. Наше постоянство сохраняется лишь в одном — в желании быть лучшими, превосходя ожидания партнеров и клиентов.

В новом сезоне, кроме уже известных вам Египта, Таиланда, Канарских островов, горнолыжных Австрии, Болгарии, Италии, Андорры, мы предлагаем жемчужину Индонезии — о. Бали, индийский Гоа, курорты Малайзии и Вьетнама.

Работая с нами, вы всегда можете быть уверены в положительных впечатлениях и отзывах ваших клиентов. Увлекательная и разнообразная экскурсионная программа тщательно подготовлена таким образом, чтобы доставить удовольствие как ценителям искусства, архитектуры и истории древних цивилизаций, так и любителям спорта, при этом мы не забываем и о

тех, кто предпочитает пляжный отдых.
 Благодарим всех, кто работал и продолжает работать с нами.
 Будем рады новым партнерам.
 Мы с удовольствием откроем вам красоту окружающего мира.
 С уважением,
 Генеральный директор «НТК Интурист»
 Тополкаев В. А.

Текст 3.

Уважаемые коллеги! Дорогие друзья!

Вас приветствует компания «Туртранс-Вояж».

Основной тенденцией летнего сезона являются экскурсионные туры с отдыхом на море в Италии, Испании, Франции (на Лазурном берегу), Хорватии.

Большой набор экскурсионных программ по всей Европе, Скандинавии, Востоку, предлагаемый нашей компанией, направлен на то, чтобы каждый клиент смог выбрать для себя подходящий маршрут. Многие программы туров разработаны по желанию и рекомендациям наших постоянных путешественников. Тысячи отзывов, собранных в нашем офисе, свидетельствуют о том, что наши туры вызывают положительные эмоции и оставляют самые лучшие воспоминания о поездках!

В сезоне «Весна — Лето 2021» мы рады предложить вам разработку индивидуальных программ по вашим пожеланиям!

15 лет коллектив «Туртранс-Вояж» работает для вас! За годы плодотворной работы компания «Туртранс-Вояж» вошла в число лидеров среди туроператоров России, завоевала доверие у туристов и партнеров.

Высокое качество работы гида-сопровождающего мы считаем залогом успешного выполнения любой программы тура. Это качество обуславливается не только глубоким уровнем знаний и большим опытом работы наших гидов, но и желанием передать эти знания, а также их коммуникабельностью и доброжелательностью.

Наша политика — стремление к постоянному росту качества туристического продукта и использование всех наработок и опыта для того, чтобы сделать наши программы как можно более увлекательными, интересными и комфортабельными.

Именно в этом мы видим гарантию популярности наших программ, доверия наших клиентов, а, следовательно, и своего успеха. Особое внимание мы уделяем обеспечению безопасности на маршрутах, гарантом которой служат наши надежные партнеры.

Будем рады, если наше сотрудничество и в дальнейшем будет взаимовыгодным и приятным.

С уважением, Дмитрий Викторович Фоминцев,
 генеральный директор ООО «Туртранс-Вояж»

5. В приведенных фрагментах текстов (по материалам каталогов туристических фирм) определите высказывания, содержащие аргументы к делу (к пользе, авторитету, тщеславию).

1. Преимущества экскурсионных туров заключаются в том, что за небольшой промежуток времени вы познакомитесь со многими странами, их столицами, небольшими самобытными городками; откроете для себя новые факты из истории и культуры других стран; вдохнете воздух новых мест и почувствуете себя настоящими путешественниками.

2. Мы предлагаем бонусную систему для наших партнеров — туристических агентств: после отправки 30 туристов по нашим турам в сезон с 25.04 по 25.09 вы получаете бонус в виде депозита, который можно использовать при оплате за новых туристов. Величина бонуса составляет 2% от произведенной оплаты. 3. Scandic — самая крупная сеть отелей в северном регионе с более чем 140 отелями в 9 странах. Scandic — это доступные отели среднего класса с отличным для своей цены качеством, что подтверждается наградой «Лучшая сеть отелей Швеции».

4. Консульство применяет жесткие санкции в случае обнаружения недостоверных документов — отказ туристу в визе на 5 лет.

3.5. Примеры заданий для самостоятельной работы:

1. Разработайте рекомендации для специалистов-участников переговоров с представителями данной культуры (немецкой, французской, испанской, итальянской, английской, японской, китайской, арабской и т.д.), основываясь на научных достижениях в данной области. В рекомендациях опишите особенности делового общения партнеров по туристическому бизнесу и укажите, насколько велик культурный разрыв между двумя сторонами, какой механизм существует для преодоления тупиковых ситуаций, какие речевые и психологические тактики и технологии наиболее уместны, как считывать информацию о собеседнике по невербалике, в какой степени допустимы неформальные факторы, например, можно ли использовать в разговоре шутки и т.д.

2. Для развития конкурентных преимуществ сферы туризма с целью повышения эффективности региональной экономики проведите исследование в данной области. Какие результаты данного исследования Вы бы внесли в базу данных «Туристские объекты Алтайского края и Республики Алтай», содержащей различные объекты туризма, сгруппированные по категориям — природные, экскурсионные, археологические, этнографические, памятники архитектуры и градостроительства, объекты сельского туризма и объекты туристской инфраструктуры.

3. Разработайте программу туристического маршрута по Республике Алтай и Алтайскому краю для представителей другой культуры и оформите ее в виде презентации. Обоснуйте свой выбор. Приведите аргументы, почему данная программа могла бы быть интересной для представителей данной культуры.

4. Составьте перечень электронных ресурсов, сетевых и мультимедийных технологий для успешного ведения

межкультурного диалога в сфере туризма.

3.6. Вопросы к зачету

1. Понятие межкультурной коммуникации. Различные подходы к определению данного понятия.
2. Особенности и роль межкультурной коммуникации в сфере туризма.
3. Уровни межкультурной коммуникации в туристической сфере.
4. Типы коммуникаций в туристической сфере.
5. Культурное многообразие мира. Типология культур. Классификация корпоративных культур Г. Хофстеде.
6. Культурное многообразие мира. Типология культур. Классификация культур Э. Холла.
7. Классификация культур Р. Льюиса.
8. Понятие культурного релятивизма.
9. Аккультурация и ее основные стратегии.
10. Проблема понимания при межкультурных контактах. Барьеры межкультурной коммуникации и способы их преодоления.
11. Понятие культурного шока.
12. Национальные особенности коммуникативного поведения в межкультурной коммуникации.
13. Коммуникативные технологии в обслуживании клиентов в сфере туризма и гостеприимства.
14. Техники установления и поддержания эффективных коммуникаций с потребителями в сфере туризма.
15. Технологии обеспечения содержательного и эффективного информирования клиентов и партнеров.
16. Роль современных инновационных технологий в формировании иноязычной коммуникативной и межкультурной компетенций специалиста в области туризма как медиатора в межкультурной коммуникации.
17. Обзор электронных ресурсов, сетевых и мультимедийных технологий для успешного ведения межкультурного диалога в сфере туризма.
18. Специфика различных жанров, реализуемых в устной и письменной формах в сфере туризма (деловых писем, докладов, научных статей, рекламных проспектов (буклетов), туристических маршрутов, экскурсий, презентаций и т.д.).
19. Особенности восприятия и «порождения» с использованием современных технологий прагматически адекватных инокультурных сообщений в сфере туризма: деловых писем, докладов, научных статей, рекламных проспектов (буклетов), туристических маршрутов, экскурсий, презентаций и т.д.
20. Методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг.

5.4. Оценка результатов обучения в соответствии с индикаторами достижения компетенций

ИУК-5.1 учитывает в профессиональной деятельности фактор культурного разнообразия социальных групп и важность выстраивания межкультурного диалога

ИУК-5.2 демонстрирует соблюдение принципов и норм конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов

ИУК-5.3 анализирует и обосновывает возможность использования базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия

Неудовл.: не достигнут

Удовл. Пороговый уровень:

Знает фрагментарно типологию культур, параметры сравнения культур Э. Холла и Г. Хофштеде, факторы культурного разнообразия социальных групп, национальные особенности коммуникативного поведения в межкультурной коммуникации, принципы и нормы конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов в сфере туризма, барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации.

Умеет с трудом понимать необычную, «чужую» языковую и культурную действительность, учитывать и преодолевать лингвокультурные барьеры в общении с представителями различных социальных групп, оперировать национально-культурными символами и стереотипами, преодолевать стереотипы и конструктивно выстраивать межкультурный диалог, создавать прагматически адекватные тексты на родном и иностранном языках.

Владеет слабо начальными навыками учета базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия, комплексом приемов для успешного ведения межкультурного диалога в общей и профессиональной туристической сферах.

Хорошо. Базовый уровень:

Знает типологию культур, параметры сравнения культур Э. Холла и Г. Хофштеде, национальные особенности культур, отличия культуры инофонов и русскоговорящих, факторы культурного разнообразия (базовые ценности различных культур, отношения, убеждения, модели поведения) социальных групп, национальные особенности коммуникативного поведения в межкультурной коммуникации, принципы и нормы конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов в сфере туризма, межкультурные и социокультурные барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации.

Умеет в большинстве случаев понимать необычную, «чужую» языковую и культурную действительность, учитывать и преодолевать лингвокультурные барьеры в общении с представителями различных социальных групп, оперировать национально-культурными символами и стереотипами, преодолевать стереотипы и конструктивно выстраивать межкультурный диалог, создавать прагматически адекватные тексты на родном и иностранном языках.

Владеет начальными навыками учета базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия, комплексом приемов для успешного ведения межкультурного диалога в общей и профессиональной туристической сферах.

Отлично. Высокий уровень:

Знает детально типологию культур, параметры сравнения культур Э. Холла, Г. Хофштеде, Э. Льюиса, национальные

особенности культур, отличия культуры инофонов и русскоговорящих, факторы культурного разнообразия (базовые ценности различных культур, отношения, убеждения, модели поведения) социальных групп, национальные особенности коммуникативного поведения в межкультурной коммуникации, принципы и нормы конструктивного межкультурного взаимодействия при достижении профессиональных результатов в сфере туризма, межкультурные и социокультурные барьеры и пути их преодоления в процессе коммуникации.

Умеет уверенно понимать необычную, «чужую» языковую и культурную действительность, учитывать и преодолевать лингвокультурные барьеры в общении с представителями различных социальных групп, оперировать национально-культурными символами и стереотипами, преодолевать стереотипы и конструктивно выстраивать межкультурный диалог, создавать прагматически адекватные тексты на родном и иностранном языках.

Владеет прочными навыками учета базовых ценностей различных культур в целях профессионального взаимодействия, комплексом приемов для успешного ведения межкультурного диалога в общей и профессиональной туристической сферах.

ОПК-6.3 представляет результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях

Неудовл.: не достигнут

Удовл. Пороговый уровень:

Знает в общих чертах современные научные концепции и методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг и удовлетворения запросов потребителей, алгоритм ведения исследования.

Умеет с трудом предлагать научно-аналитическое обоснование выбора концепции развития предприятий сферы туризма, систематизировать и интегрировать теоретические знания в процессе осуществления самостоятельной научно-исследовательской деятельности; излагать результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

Владеет слабо навыками представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

Хорошо. Базовый уровень:

Знает современные научные концепции и методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг и удовлетворения запросов потребителей, алгоритм ведения исследования.

Умеет в большинстве случаев предлагать научно-аналитическое обоснование выбора концепции развития предприятий сферы туризма, систематизировать и интегрировать теоретические знания в процессе осуществления самостоятельной научно-исследовательской деятельности; излагать результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

Владеет навыками представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

Отлично. Высокий уровень:

Знает детально современные научные концепции и методы исследования и моделирования развития рынка туристских услуг и удовлетворения запросов потребителей, алгоритм ведения исследования.

Умеет уверенно предлагать научно-аналитическое обоснование выбора концепции развития предприятий сферы туризма, систематизировать и интегрировать теоретические знания в процессе осуществления самостоятельной научно-исследовательской деятельности; излагать результаты научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

Владеет уверенно и свободно навыками представления результатов научно-прикладных исследований в сфере профессиональной туристической деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
7.2	2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
7.3	3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Университета.
7.4	4. Аудио, -видеоаппаратура.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «Технологии межкультурных коммуникаций в туризме» включает лекционные и практические занятия, а также самостоятельную работу студентов. Круг вопросов, обсуждаемых на лекционных занятиях, и комплекс практических заданий направлен как на расширение представлений о проблемах эффективной организации системы межкультурного и

межкультурного посредничества в сфере туризма, так и формирование навыков работы с современными сетевыми и мультимедийными технологиями для решения учебных и исследовательских задач, умений создания, размещения и поиска информации в глобальных и локальных компьютерных сетях, навыков работы с основными ресурсами, с помощью которых можно эффективно восполнить имеющиеся пробелы в языковом образовании. В целях успешного освоения данной дисциплины необходимо уделять особое внимание самостоятельной работе, включающей следующие виды заданий – изучение теоретического материала и подготовка докладов по предложенным темам, оперативное решение различных поисковых задач с использованием электронных двуязычных и одноязычных словарей, глоссариев, энциклопедий и других справочных ресурсов, подготовку индивидуального творческого проекта в устной или письменной форме. В первом случае обучающиеся составляют презентацию со слайдами или экскурсию на иностранном языке, во втором – разрабатывают рекламно-туристический буклет.

Текущий и промежуточный контроль является составной частью общей системы контроля качества подготовки и проводится с целью определения соответствия уровня подготовки каждого обучающегося требованиям ФГОС ВО.

1) Текущий контроль:

ответы на практических занятиях;

контроль самостоятельной работы (подготовка докладов и сообщений, индивидуального творческого проекта).

2) Промежуточный контроль:

зачет проводится в соответствии с системой оценивания, учитывающей посещаемость, работу на практических занятиях, разработку и презентацию индивидуального творческого проекта, результаты письменного итогового теста.

В соответствии с «Положением об инклюзивном образовании» (от 25.12.2015 г. № 312/1п) предусмотрено создание специальных условий обучения по личному заявлению обучающихся с ОВЗ. При необходимости составляется индивидуальный план освоения дисциплины, предусматривающий различные варианты проведения занятий: - проведение индивидуальных или групповых занятий с целью устранения сложностей в усвоении теоретического материала, подготовке к практическим занятиям, выполнению заданий по самостоятельной работе. Для лиц с ОВЗ по их просьбе могут быть адаптированы как сами задания, так и формы их выполнения. - выполнение под руководством преподавателя индивидуального проектного задания, позволяющего сочетать теоретические знания и практические навыки; - дистанционную форму индивидуальных консультаций, выполнения заданий на базе платформы «Moodle», которая позволяет полностью индивидуализировать содержание, методы, формы и темпы учебной деятельности студента с ОВЗ, оперативно снимать возникающие трудности в освоении дисциплины, осуществлять мониторинг и коррекцию учебных действий в интерактивном режиме. Студентам с ОВЗ рекомендуется использовать дистанционное обучение также для коммуникации с другими обучающимися, сотрудничества в процессе познавательной деятельности (форум, вебинар, skype-консультирование).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации преподаватели в соответствии с потребностями студента и рекомендациями специалистов дефектологического профиля разрабатывает фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в программе дисциплины.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для студентов с ОВЗ устанавливается по заявлению студента с учетом его индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).